

Antwoordenboekje Planning & leerdoelen

Economie PTA2

4 HAVO



HET
SAENREDAM

Katern 3

Marktvormen & marktfalen

Marktvormen

Oligopolie

Monopolie

Monopolitische
concurrentie

Volkomen
concurrentie



Alle katernen en antwoordenboekjes goed

Leerdoelen voor PTA2

KATERN 3 - Marktvormen en marktfalen

1.1

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan markten indelen op basis van het soort product en het aantal aanbieders.	1, 2, 3	1
☐ Ik kan de kenmerken van volkomen concurrentie noemen.	4, 5, 6	2
☐ Ik kan de maximale winst, maximale omzet en het break-evenpunt bepalen.	7, 8, 9	3
☐ Ik kan de maximale winst aangeven in een grafiek.	10, 11, 12	3
☐ Ik kan voorgaande twee leerdoelen ook toepassen als er sprake is van progressief of degressief variabele kosten.	13, 14, 15	4
▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken. ▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.		

1.2

Leerdoelen	Opdrachten	Herhaling
☐ Ik weet wat een monopolie is en wat de kenmerken van een monopolie zijn.	18, 19, 20	1
☐ Ik kan voor een monopolist uitleggen hoe de opbrengstenlijn verloopt en ik kan de prijs bepalen bij maximale winst, maximale omzet en het break-evenpunt.	21, 22, 23	2
☐ Ik kan voor een monopolist de maximale winst in een grafiek tekenen.	24, 25, 26	3, 4
☐ Ik kan uitleggen hoe een monopolist prijsdiscriminatie kan inzetten om het consumentensurplus af te romen.	27, 28, 29	5
▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken. ▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.		

1.3

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan kenmerken noemen van een oligopolie en uitleggen hoe bedrijven op deze markt concurreren.	31, 32, 33	1
☐ Ik kan de prijsafzetlijn van de verschillende marktvormen uitleggen.	34, 35, 36, 37	2, 3
☐ Ik kan uitleggen wat een kartel is en wat voor wetgeving hiervoor bestaat.	38, 39	4
▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken. ▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.		

1.4

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan uitleggen wat monopolistische concurrentie is en ik kan daarvan de kenmerken noemen.	41, 42, 43	1
☐ Ik kan uitleggen dat de afzet/omzet van een ondernemer op de markt voor monopolistische concurrentie sterk beïnvloed wordt door de concurrentie.	44, 45, 46	2
☐ Ik kan uitleggen wat een fusie en een overname zijn.	47, 48, 49	3
▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken. ▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.		

2.1

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan uitleggen wat onder betalingsbereidheid en het consumentensurplus verstaan wordt en hoe deze twee begrippen met elkaar samenhangen.	1, 2	1
☐ Ik kan het consumentensurplus tekenen en aflezen in een grafiek.	3, 4, 5	2
☐ Ik kan uitleggen wat onder het producentensurplus verstaan wordt en ik kan deze tekenen en aflezen in een grafiek.	6, 7, 8, 9	3
☐ Ik weet wat onder het totale surplus verstaan wordt en waarom consumenten en producenten streven naar een zo groot mogelijk consumenten- en producentensurplus.	10, 11, 12	4
☐ Ik kan uitleggen dat door het gebruik van marktmacht markten minder doelmatig werken.	13, 14, 15, 16	5

▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken.

▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.

2.2

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan uitleggen waarom een markt niet altijd perfect werkt.	18, 19, 20	1
☐ Ik kan uitleggen waarom de overheid minimumprijzen instelt en ik kan deze in een grafiek weergeven.	21, 22, 23	2
☐ Ik kan uitleggen waarom de overheid maximumprijzen instelt en ik kan deze in een grafiek weergeven.	24, 25, 26	3
☐ Ik kan uitleggen wat de rol van toezichthouders is.	27, 28, 29	4

▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken.

▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.

2.3

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan uitleggen en weergeven in een grafiek hoe de overheid ongewenste consumptie afremt door het invoeren van accijnzen.	31, 32, 33	1
☐ Ik kan uitleggen en weergeven in een grafiek hoe de overheid gewenste consumptie stimuleert door het geven van subsidies.	34, 35, 36	2
☐ Ik kan uitleggen wat een octrooi (of patent) is en waarom de overheid octrooien (of patenten) verstrekt.	37, 38, 39	3

▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken.

▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.

2.4

Leerdoelen	Opdracht	Herhaling
☐ Ik kan het aanbod op de arbeidsmarkt beschrijven.	41, 42, 43	1
☐ Ik kan berekenen hoeveel procent van de bevolking zich aanbiedt op de arbeidsmarkt.	44, 45	2
☐ Ik kan de vraag op de arbeidsmarkt beschrijven.	46, 47, 48	3
☐ Ik kan de verschillende vormen van werkloosheid benoemen.	49, 50, 51	4
☐ Ik kan uitleggen hoe loon en andere arbeidsvoorwaarden tot stand komen.	52, 53, 54	5

▶ Als je de leerdoelen nog onvoldoende beheerst, kun je de herhalingsopdrachten maken.

▶ Als je alle leerdoelen beheerst, kun je voor meer uitdaging de verrijkingsopdracht maken.

BEWAAR AL JE KATERNEN EN ANTWOORDBOEKJES DUS GOED TOTDAT JE GESLAAGD BENT!

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.



Planning

Planner	ECONOMIE		
Vak	Economie	Periode	2 – 2025 - 2026
Niveau	4 HAVO	Klas	4ec1, 2
Docenten: Bos & Detering			

Kijk op www.economania.nl voor het laatste nieuws en extra lesstof!

Week	In ieder geval af hebben deze week:	Af?	Nagekeken	Bijzonderheden
10 - 14 nov	Katern 3 par. 1.1			
17 – 21 nov	Katern 3 par. 1.2 + 1.3			
24 – 28 nov	Katern 3 par. 1.3 + 1.4			
1 – 5 dec	Katern 3 par. 1.3 + 1.4			
8 – 12 dec	Katern 3 par. 2.1 + 2.2			
15 – 19 dec	Katern 3 par. 2.2 + 2.3			
22 – 26 dec	KERSTVAKANTIE			
29 dec – 2 jan	KERSTVAKANTIE			
5 - 9 jan	Katern 3 par. 2.4 en herhalen			
12 - 15 jan	Herhalen			
Vanaf 16 jan	TOETSWEEK PTA 2 –Katern 3 helemaal leren!			

Hoe ga je te werk na de instructie?

- Eerst lees je het hoofdstuk/paragraaf nog eens door.
- Kijk eventueel de filmpjes die bij het hoofdstuk/paragraaf horen.
- Maak de opdrachten en kijk steeds vlot na, zodat je nog precies weet met welk probleem (opdracht) je bezig was en wat de oplossing is.
- Het kijken van de filmpjes en het nakijken doe je via www.economania.nl
- Als je het niet snapt, vraag dan extra uitleg. Mocht het er tijdens de les niet van komen, dan kun je altijd je vraag via TEAMS stellen (aan elkaar in het groepsgedeelte of aan de docent).
- Er is er maar één die bepaalt of jij succesvol bent.....

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

Hoofdstuk 1 Marktvormen

1.1 Een perfecte markt

1

Marktvormen

Product	Aantal aanbieders	Soort goed	Marktvorm
Landelijke dagbladen	weinig	heterogeen	heterogeen oligopolie
Bankbiljetten	een	homogeen	monopolie
Schoenen	veel	heterogeen	monopolistische concurrentie
Bananen	veel	homogeen	volkomen concurrentie
Festival	weinig	heterogeen	heterogeen oligopolie
Ruwe olie	weinig	homogeen	homogeen oligopolie
IJsje uit de diepvriezer	veel	heterogeen	monopolistische concurrentie

2 a Vroeger was er bij de postbezorging sprake van een monopolie, want er was maar één aanbieder.

b Tegenwoordig is er bij de postbezorging sprake van heterogeen oligopolie, want er is een aantal aanbieders die verschillende producten aanbieden.

c De Nederlandse overheid vond het een goed idee om meerdere maatschappijen post te laten bezorgen, omdat er dan concurrentie ontstaat. Concurrentie dwingt bedrijven tot een betere kwaliteit en betere service. Bovendien zorgt concurrentie voor lagere prijzen voor de consument.

d Voor het starten van een post- en pakketdienst bestaan hoge toetredingsdrempels, want voordat je kunt starten moet je grote investeringen doen in materieel (verzamel- en sorteercentra en vervoermiddelen) en kennis.

3 a Salade is een heterogeen goed, omdat je als consument onderscheid maakt in dit product; de ene salade vind je lekkerder dan de andere. Ook is niet iedere salade hetzelfde, want iedere strandtent zal eigen varianten hebben.

b De marktvorm waarvan hier sprake is, is monopolistische concurrentie. Er zijn veel aanbieders die allemaal een variant op het product aanbieden.

c Het verband tussen het aantal aanbieders en de prijs van goederen, is dat hoe meer aanbieders er op de markt zijn, hoe meer concurrentie er is en hoe lager de prijs zal zijn.

4 a De wereldgraanmarkt lijkt op een markt voor volkomen concurrentie, omdat er veel producenten zijn. Maar graan is geen homogeen goed. Er zijn verschillende graansoorten, zoals tarwe, gerst, haver, rogge, maïs en spelt. Ook de kwaliteit kan verschillen. Tevens verschilt de productiemethode en de kosten die daaraan verbonden zijn. Grote boeren hebben grotere machines en daarmee andere kosten dan kleinere boeren. Dat maakt graan heterogeen. De wereldgraanmarkt komt wel in de buurt van volkomen concurrentie.

b De valutamarkt is ook geen markt voor volkomen concurrentie. De producten zijn weliswaar hetzelfde in de ogen van de consument (een dollar is een dollar, bij welke aanbieder je die ook koopt), maar de markt is niet transparant. Niet alle vragers en aanbieders hebben volledig inzicht in het totale aanbod, de prijs en de andere voorwaarden. De valutamarkt komt wel in de buurt van volkomen concurrentie.

c Door websites als marktplaats.nl en prijsvergelijk.nl zijn markten transparanter geworden, omdat je als consument een veel beter inzicht krijgt in het totale aanbod, de prijs en de andere voorwaarden.

5 a Een producent die zijn producten aanbiedt op een markt van volkomen concurrentie is een hoeveelheidsaanpasser, omdat hij geen invloed heeft op de prijs en alleen kan bepalen hoeveel hij maakt en aanbiedt.

b Een reden waarom een hoeveelheidsaanpasser zijn hoeveelheid aanpast, is dat hij meer winst kan maken of een hogere omzet wil.

c De prijs op een markt van volkomen concurrentie wordt bepaald door vraag en aanbod (het marktmechanisme). Er zijn zo veel andere aanbieders dat de individuele aanbieder geen invloed heeft op de markt.

6 a en b

Kenmerken markt voor tankstations	
Veel aanbieders	Niet van toepassing. Er zijn weinig producenten (tankstations). Er zijn een paar grote spelers op de markt.
Homogeen product	Niet van toepassing. Consumenten maakt het niet uit welk merk benzine ze tanken. De keuze voor een bepaald merk is vaak afhankelijk van spaarsystemen en kortingen. Elk tankstation is echter wel anders: ander winkelaanbod, andere service (wel/geen toiletten) enzovoort.
Vrije toetreding	Niet van toepassing. Je kunt niet zomaar een tankstation starten, want dit is een heel grote investering en je hebt er vergunningen voor nodig.
Transparante markt	Niet van toepassing. Consumenten hebben geen inzicht in het totale aanbod, de prijs en de andere voorwaarden. Er zijn tegenwoordig wel apps waar je kunt zien waar je het goedkoopst kunt tanken. Hierdoor wordt de markt transparanter.
Identieke kosten en technologie	Niet van toepassing. Tankstations zijn over het algemeen redelijk gelijk aan elkaar. Locatiekosten (langs de snelweg / in de bebouwde kom) verschillen wel sterk van elkaar.

7 a De vraaglijn heeft een dalend verloop, omdat consumenten meer vragen bij een lagere prijs van het product (en minder vragen bij een hogere prijs van het product).

b Totale marktomzet = € 25 × 5.000.000 = € 125.000.000.

c Als deze producent 1.200 stuks produceert dan is dat : $1.200 \div 5.000.000 \times 100\% = 0,024\%$ van de totale productie en ook 0,024% van de totale marktomzet, omdat iedere aanbieder het product voor dezelfde prijs verkoopt.

8 a

Productie	GVK	GTK	GO	MK	MO	MW
500	€ 5	€ 25	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10
1.000	€ 5	€ 15	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10
2.000	€ 5	€ 10	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10
3.000	€ 5	€ 8,33	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10
4.000	€ 5	€ 7,50	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10
5.000	€ 5	€ 7	€ 15	€ 5	€ 15	€ 10

b Bij 1.000 stuks, want dan is GO = GTK. De producent maakt dan geen winst of verlies.

c $5.000 \times (\text{€ } 15 - \text{€ } 5) - \text{€ } 10.000 = \text{€ } 40.000$. Of: $5.000 \times (\text{€ } 15 - \text{€ } 7) = \text{€ } 40.000$

d $5.000 \times \text{€ } 15 = \text{€ } 75.000$

9 a $Q_a = Q_v$

$p - 10 = -0,5p + 10$

$1,5p = 20$

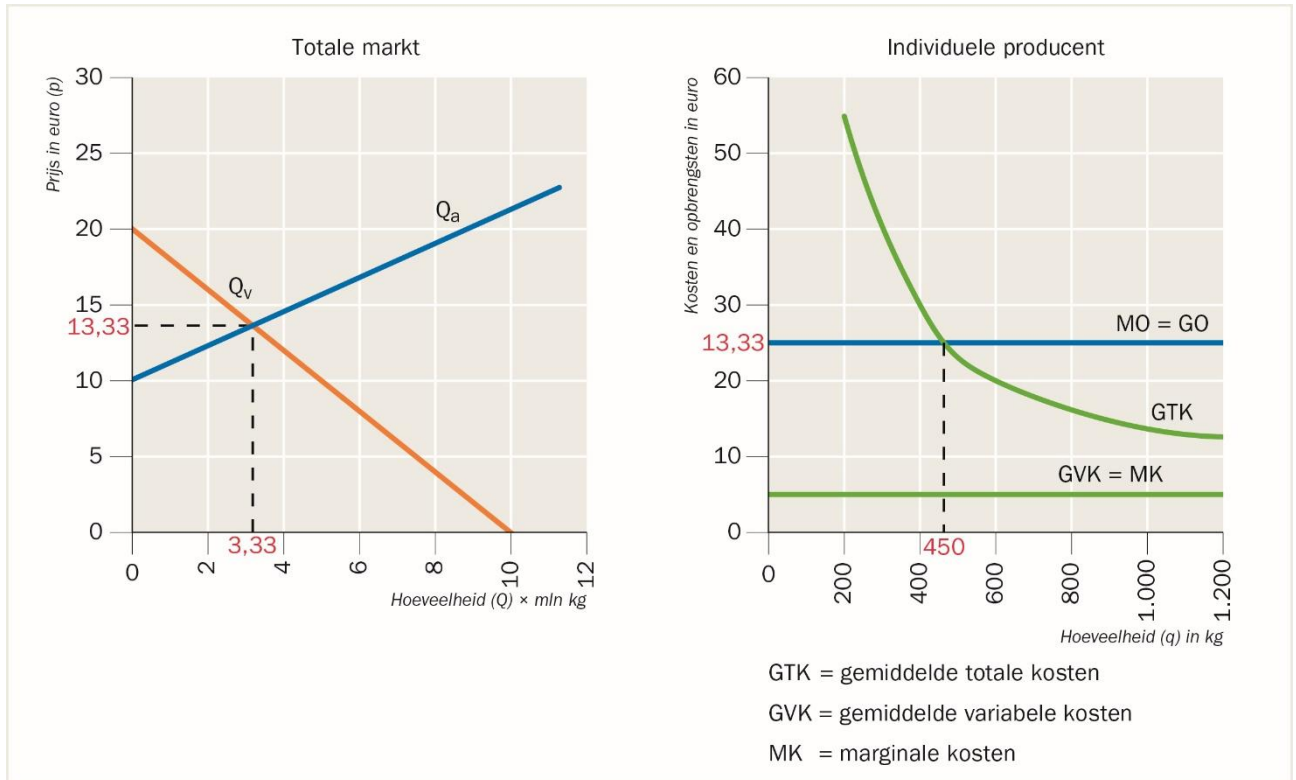
$p = 20 \div 1,5 = \text{€ } 13,33$

b $Q_a = 13,33 - 10 = 3,333$. Aanbod = $3,333 \times 1.000.000 \text{ kg} = 3.333.333 \text{ kg}$.

Controle: $Q_v = -0,5 \times 13,33 + 10 = 3,333$. Vraag = $3,333 \times 1.000.000 \text{ kg} = 3.333.333 \text{ kg}$.

Omzet = $p \times q = \text{€ } 13,33 \times 3.333.333 \text{ kg} = \text{€ } 44.433.333$.

c en d



e Winst = 0 als $GO = GTK$. Dat is bij een productieomvang van 450 stuks (aflezen in de rechtergrafiek).

f De winst is maximaal als de producent het maximum aantal produceert (1.200 kg).

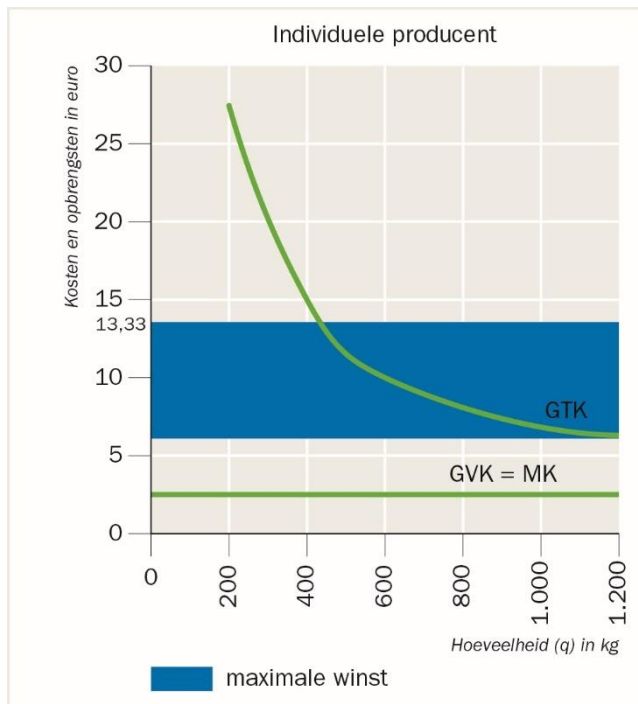
De omzet = $\text{€ } 13,33 \times 1.200 = \text{€ } 15.996$.

De kosten = $\text{€ } 6$ (GTK bij 1.200 kg, aflezen in de rechtergrafiek) $\times 1.200 = \text{€ } 7.200$.

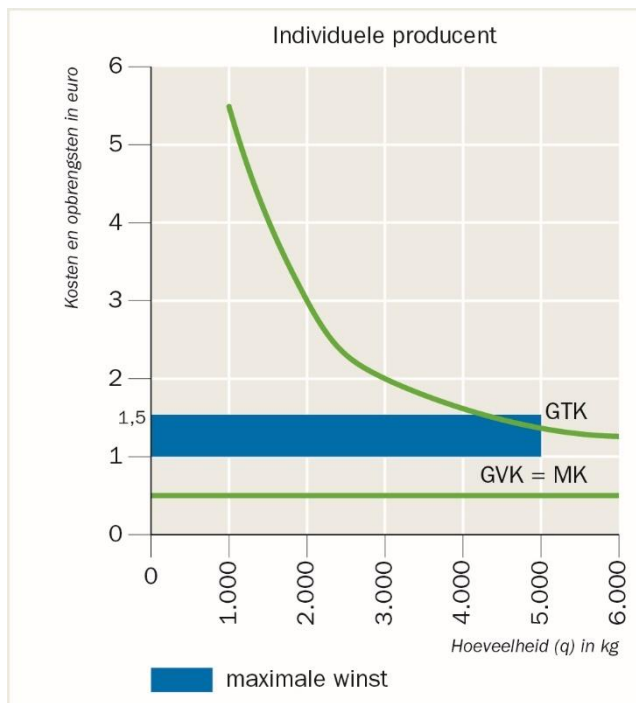
De winst is $\text{€ } 15.996 - \text{€ } 7.200 = \text{€ } 8.796$.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

10



- 11 a Als de prijs daalt naar € 1 daalt de GO-lijn horizontaal naar 1 en komt onder de GTK-lijn te liggen. Als $GO < GTK$ wordt er op elk product verlies gemaakt.
- b



- c De marktprijs is lager dan de totale kosten per product, maar nog altijd hoger dan de variabele kosten per product ($GVK = MK$). Dit betekent dat de ondernemer op dat moment toch nog een deel van de constante kosten kan terugverdienen. Produceert de

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

onderneming niets meer, dan worden ook deze kosten niet terugverdiend. Pas wanneer de marktprijs onder MK komt te liggen, is het beter om niets meer te produceren.

12 a De marktprijs daalt als nieuwe bedrijven tot de markt toetreden. Door het toetreden van producenten, verschuift de aanbodlijn naar rechts. De vraag verandert niet, de vraaglijn blijft gelijk. Het snijpunt (de evenwichtsprijs) met de vraaglijn komt dan lager te liggen.

b Lagere prijzen zorgen voor een dalende winstgevendheid van bestaande ondernemers, omdat bij gelijkblijvende kosten de winstmarge per product daalt.

c Zodra de prijs (= GO = MO) zakt tot het niveau van GVK = MK, kan er zelfs niets meer van de constante kosten worden terugverdiend. Vanaf dat prijsniveau zal toetreden tot de markt niet meer aantrekkelijk zijn.

13 a In de grafiek zijn twee break-evenpunten te zien: bij $q = 10$ en $q = 40$. Bij deze punten is GO gelijk aan GTK.

b De winst is maximaal bij $MO = MK$. Dat is bij een hoeveelheid van 30.

c $40 \text{ eurocent} - 30 \text{ eurocent} = 10 \text{ eurocent}$ (€ 0,10)

d De winst is maximaal bij $MO = MK$, dan is $q = 30$. De winst per stuk is € 0,10. De totale winst is dan $30 \times € 0,10 = € 3$.

e De oppervlakte van dat rode gebied is $q \times (GO - GTK)$, dus $30 \times 0,10$.

f $50 \times € 0,40 = € 20$. De opbrengst per stuk is altijd € 0,40. De omzet is maximaal als je de hele productiecapaciteit benut.

14 a Op een markt van volkomen concurrentie is een ondernemer hoeveelhedaanpasser. De prijs van een individuele aanbieder is dan altijd de marktprijs. Elke eenheid levert dan dezelfde prijs (GO) op. Elke extra verkochte eenheid heeft dan ook dezelfde opbrengsten (MO) als de prijs.

b t/m d

q	TK	GO	GTK	MO	MK	MW
0	20	0		—	—	—
1	50	40	50	40	30	10
2	70	40	35	40	20	20
3	110	40	36,6	40	40	0
4	160	40	40	40	50	-10

Toelichting:

TK reken je uit door telkens MK op te tellen bij de totale kosten:

$$q = 1: 20 + 30 = 50$$

$$q = 2: 50 + 20 = 70$$

$$q = 3: 70 + 40 = 110$$

$$q = 4: 110 + 50 = 160$$

GTK reken je uit door TK te delen door q:

$$q = 1: 50 \div 1 = 50$$

$$q = 2: 70 \div 2 = 35$$

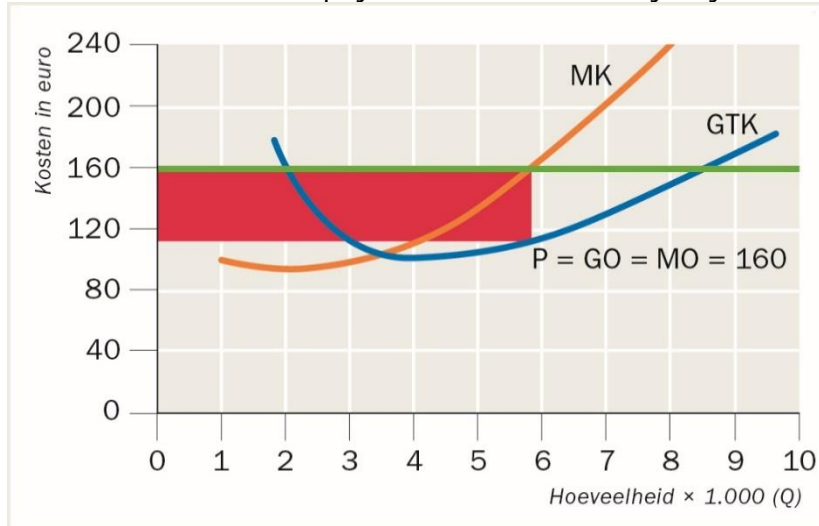
$$q = 3: 110 \div 3 = 36,6$$

$$q = 4: 160 \div 4 = 40$$

e De winst is maximaal bij drie eenheden, hier is $MO = MK$. Als deze producent meer dan drie eenheden produceert, wordt zijn marginale winst negatief en zal dus de totale winst dalen.

f De gemiddelde kosten (GTK) nemen eerst af en daarna weer toe.

- 15 a** De wereldmarktprijs is een horizontale lijn bij € 160. Zie tekening.



- b** Arcering van de winst: zie rode rechthoek in de tekening.
c Deze producent maakt geen verlies bij $GO = GTK$. Dat is bij $q = 2$. Bij meer dan $q = 8,5$ maakt de producent weer verlies.

Integratieopdrachten

- 16 a** Karakteristieken die lijken op de markt van volkomen concurrentie: veel aanbieders en koffie(bonen) zijn ook een tamelijk homogeen product.
b Fairtrade duidt op een streven om boeren een eerlijke prijs te geven voor hun oogst die in verhouding staat tot de werkelijke productiekosten, en niet een prijs die wordt bepaald door de verhoudingen op de internationale markt. Aan fairtradeproducten worden daarnaast strengere milieueisen gesteld.
c Door fairtrade krijgen de boeren meer macht ten koste van de koffiehandelaren.
d Eigen mening. Voorbeeld: ja, als een deel van de hogere prijs ook bij de boeren terechtkomt. Of: nee, als de boeren ondanks de hogere consumentenprijs niet meer voor hun producten ontvangen.
e Met 'sterke fluctuaties in prijs' wordt bedoeld dat op het ene moment prijzen erg laag kunnen zijn en op een ander moment juist heel hoog. Volatiel betekent hetzelfde: dat is een markt waarop de prijzen flink kunnen schommelen.
f Voor investeringen in duurzaamheid is geld nodig. Je moet er dan als boer zeker van zijn dat je dat geld hebt en dat er in de toekomst voldoende inkomen binnenkomt. Als de prijzen sterk schommelen, weet je dat echter niet. Investeringsbeslissingen zijn lastig te nemen door het hoge risico van de sterk schommelende prijzen.

- 17 a** $Q_a = Q_v$
 $20p - 100 = -10p + 200$
 $30p = 300$
 $p = 300 \div 30 = \text{€ } 10$
 Controle:

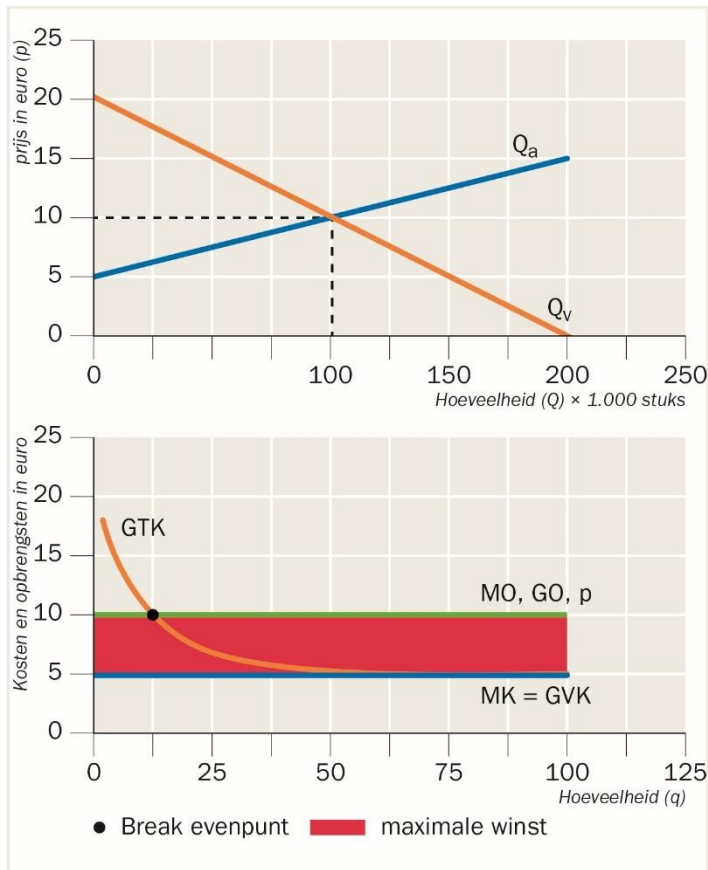
$p = 10$: $Q_a = 20p - 100 = 20 \times 10 - 100 = 100$ ($\times 1.000$ stuks)
 $p = 10$: $Q_v = -10p + 200 = -10 \times 10 + 200 = 100$ ($\times 1.000$ stuks). Dus $Q_a = Q_v$.

- b** Marktomzet = $p \times q = \text{€ } 10 \times 100.000$ stuks = € 1.000.000.

c zie figuur hieronder

d t/m g

q	GVK	MK	GTK
12,5	5	5	9
25	5	5	7
50	5	5	6
75	5	5	5,67
100	5	5	5,5



g De winst is maximaal bij een hoeveelheid van 100 stuks. Op elk T-shirt dat geproduceerd wordt, wordt winst gemaakt, omdat $GO > GTK$. Dus de producent van T-shirts heeft maximale winst bij de maximale productieomvang.

Herhalingsopdrachten

1

Op de visafslag is sprake van een ...	transparante markt
Dat is een kenmerk van de marktvorm van ...	volkomen concurrentie
Door het mechanisme van de veilingklok is de invloed van een individuele aanbieder ...	klein

2 a Het is een homogeen product. Er is sprake van een markt van volkomen concurrentie.

b Als door de staking de marktprijs stijgt van € 2 naar € 4, stijgt ook de gemiddelde en marginale opbrengst van een individuele producent. De markt bepaalt immers de GO en MO voor de individuele producent.

c Ja, want de prijs stijgt door de staking. Producenten die geen last hebben van de staking kunnen nu meer winst maken en zullen hun aanbod vergroten.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed **BEWAREN** totdat je geslaagd bent.

d Als de staking blijft voortduren, zal het aanbod van de grondstof weer toe gaan nemen, omdat de hogere prijs producenten stimuleert meer aan te gaan bieden. Producenten proberen sneller de staking op te heffen door tegemoet te komen aan de eisen van de werknemers.

3 a De gemiddelde variabele kosten (GVK) per eindproduct = $(2 \times € 2) + € 0,50 = € 4,50$

b GVK: zie tekening. Horizontale lijn bij € 4,50.

c GTK: zie tekening. $GTK = GVK + GCK = € 4,50 + (€ 50.000 \div q)$

$$q = 10.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{10.000} = € 4,50 + € 5 = € 9,50$$

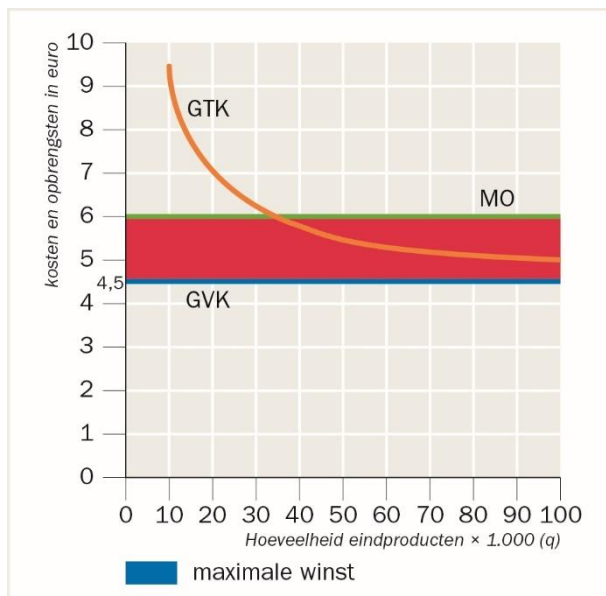
$$q = 25.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{25.000} = € 4,50 + € 2 = € 6,50$$

$$q = 40.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{40.000} = € 4,50 + € 1,25 = € 5,75$$

$$q = 100.000: GTK = 4,50 + \frac{€ 50.000}{100.000} = € 4,50 + € 0,50 = € 5$$

d MO: zie tekening. Horizontale lijn bij € 6.

e

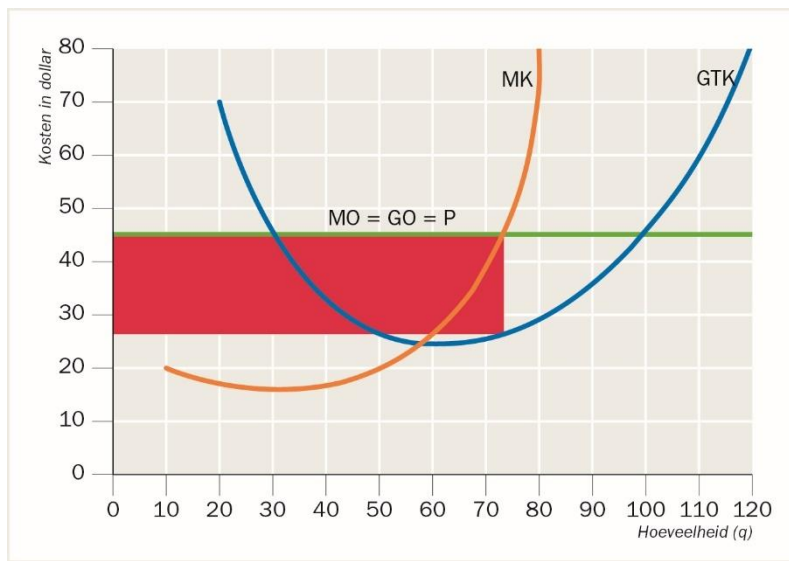


f Bij $q = 100.000$. Omdat de prijs altijd gelijk is, zal de maximale omzet worden bereikt als de volledige productiecapaciteit wordt benut.

g Bij $q = 35.000$. Bij die hoeveelheid geldt: $GO = GTK$ (MO-lijn is tegelijkertijd de GO-lijn).

4 a Er is sprake van een u-vormig kostenverloop. De kosten per product nemen eerst af en daarna toe.

b/c



d Bij $q = 30$ en $q = 100$

Verrijkingsopdracht

- 1 a** Veiling bij opbod, veiling bij afslag of een eventuele combinatie van deze twee soorten.
- b** Ga de kenmerken van volkomen concurrentie af. Aan welke kenmerken wordt voldaan?
- c** Ga de kenmerken van volkomen concurrentie af. Aan welke kenmerken wordt niet voldaan?

1.2 De enige aanbieder

18 a Postbezorging was vroeger een monopolie, omdat het efficiënt is om één netwerk te hebben. Het opbouwen van een netwerk vergt veel en grote investeringen.

b De overheid heeft meer marktwerking geïntroduceerd om de nadelen van een monopolie te verminderen. Meer concurrentie betekent minder marktmacht, en daarmee bepaalt de monopolist niet alles meer. Door concurrentie kan bijvoorbeeld de prijs omlaag.

c Bij een monopolie is er maar één aanbieder. Voor vragers en potentiële aanbieders is het moeilijk om aan betrouwbare informatie te komen. De monopolist zal deze niet graag delen.

19

Bedrijf/product	Wel of geen monopolie?	Soort monopolie (indien van toepassing)
Microsoft Windows	geen	
ProRail (beheerder spoornetwerk)	wel	feitelijk/staatsmonopolie
Uitgever van schoolboeken	geen	
Staatsdrukkerij	wel	staatsmonopolie
Waterleidingbedrijf	wel	staatsmonopolie
WhatsApp	geen	
Geneesmiddelenfabrikant met een octrooi voor astmamedicijnen.	wel	technisch monopolie

20 a Facebook is geen monopolist, omdat:

- Facebook is in de ogen van veel mensen uniek, maar er zijn meer bedrijven die een dergelijk sociaal platform hebben. Sociale media zoals TikTok, Instagram, X en Snapchat lijken op onderdelen steeds meer op elkaar. Er is geen sprake van één dominante speler.
- De markt is redelijk transparant. Het is duidelijk hoe Facebook geld verdient en hoe het systeem achter Facebook werkt.
- De toetreding tot de markt is niet moeilijk. In principe kan iedereen een social media app beginnen. Of je ook meteen veel gebruikers hebt is nog maar de vraag. Maar het opzetten van een dergelijke app is met alle technische mogelijkheden niet heel lastig.
- Er is niet meer sprake van een unieke productiewijze. Wat Facebook doet is niet meer uniek, andere social media kunnen ook doen wat Facebook doet.

b Ondanks het gratis aanmelden bij Facebook, verdient Facebook geld aan je, want de reclame-inkomsten van Facebook zijn enorm.

c Een gevaar is dat reclame eenzijdig wordt, omdat alleen de merken die op Facebook adverteren onder je aandacht komen. Facebook kan daarnaast economische of politieke keuzes van gebruikers beïnvloeden, doordat je steeds dezelfde reclame blijft zien.

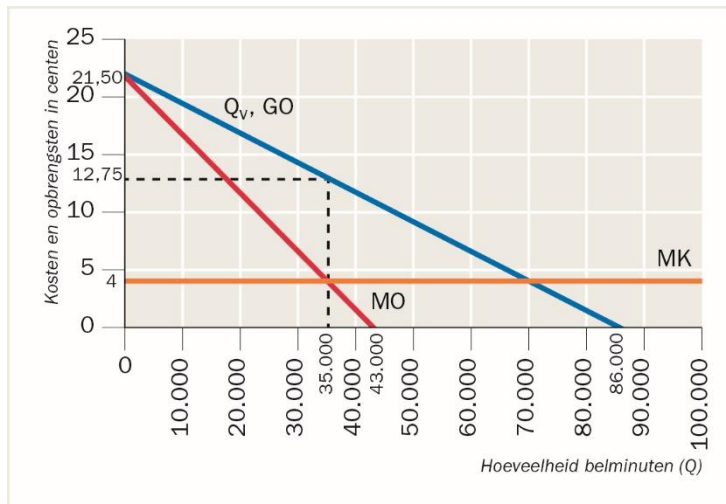
d Het is moeilijk om toe te treden tot deze markt, omdat de gevestigde sociale media al een enorm breed netwerk hebben. Je moet je dus erg onderscheiden van andere sociale media en inspelen op een nieuwe behoefte. Gewoon hetzelfde aanbieden zal niet werken, omdat iedereen de grote namen al kent.

21 a De GO-lijn gelijk is aan de vraaglijn van de consumenten, omdat een GO-lijn weergeeft hoeveel bij verschillende prijzen gekocht wordt. Wat er bij verschillende prijzen gekocht wordt, bepaalt de consument. Daarom geldt: GO = vraaglijn van de consumenten.

b Als de aanbieder de winst wil maximaliseren, geldt: $MO = MK$. De optimale productie is dus te vinden in het snijpunt van de MO-lijn met de MK-lijn. Hier geldt: $q^* = 4.000$ eenheden.

c De prijs die op deze markt tot stand komt, lees je altijd af op de GO-lijn. Hier geldt bij een $q = 4$: $GO = \text{prijs} = € 12$.

22 a Voor het tekenen van $Q_v = -4.000p + 86.000$ twee punten nodig:
 $p = 0$: $Q_v = -4.000p + 86.000 = -4.000 \times 0 + 86.000 = 86.000 \Rightarrow \text{punt } (86.000 ; 0)$
 $Q_v = 0$: $Q_v = -4.000p + 86.000 = 0 \Rightarrow 4.000p = 86.000 \Rightarrow p = 21,50 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 21,50)$



b MO loopt twee keer zo steil als de GO. Snijpunt op prijs-as $(0 ; 21,5)$ is gelijk. Snijpunt op hoeveelheid-as ligt op $(43.000 ; 0)$, op de helft van de GO. Zie tekening.

c MK: zie tekening. MK is een horizontale lijn bij € 0,04.

d De winst van deze monopolist is maximaal als: $MO = MK$. Zolang $MO > MK$ maakt de producent op een extra product nog extra winst. Zolang $MO > MK$ gaat hij door met extra producten maken. Pas als $MO = MK$ maakt hij op dat laatste product geen winst meer. Hij weet dat hij dan moet stoppen. Op het laatste product (bij $MO = MK$) maakt hij geen winst meer maar op alle voorgaande producten heeft hij wel winst gemaakt. Een monopolist wil maximale winst: $MO = MK$ bij 35.000 eenheden.

e Een monopolist wil maximale winst: $MO = MK$ bij 35.000 eenheden. De prijs altijd op de GO aflezen (of met de GO berekenen).

GO = vraaglijn van de consumenten bij $q = 35.000 = € 12,75$

Deze monopolist hanteert een prijs van € 12,75.

f De omzet is maximaal bij $MO = 0$. Dat is bij 43.000 eenheden.

23 a De winst is maximaal bij $MO = MK$. Dat is bij 100.000 eenheden.

b Bij een hoeveelheid van 100.000 hoort een prijs € 15.

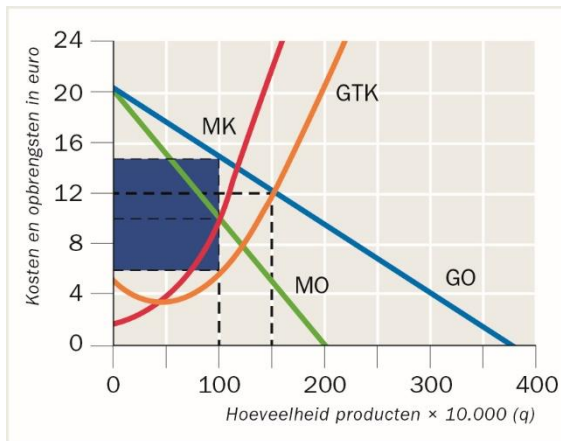
c Bij een hoeveelheid van 100.000 en een prijs van € 15 ligt de GTK-lijn onder de GO-lijn.

De producent maakt dus winst.

d Het break-evenpunt wordt bereikt bij $GO = GTK$. Dat is bij 150.000 eenheden en een prijs van € 12.

e Bij $q = 200.000$ geldt $MO = 0$. De omzet is dan maximaal.

24 a/b



c $100 \times (\text{€ } 15 - \text{€ } 6) = \text{€ } 900$

25 a

Kosten en opbrengsten van een monopolist

Afzet	GTK	TK	GO	TO	MK	MO	TO – TK
1.000	4	4.000	15	15.000	4	15	11.000
2.000	4	8.000	14	28.000	4	13	20.000
3.000	4	12.000	13	39.000	4	11	27.000
4.000	4	16.000	12	48.000	4	9	32.000
5.000	4	20.000	11	55.000	4	7	35.000
6.000	4	24.000	10	60.000	4	5	36.000
7.000	4	28.000	9	63.000	4	3	35.000
8.000	4	32.000	8	64.000	4	1	32.000
9.000	4	36.000	7	63.000	4	-1	27.000

b Bij $q = 6.000$. Daarbij is de winst 36.000 (TO – TK).

c Bij $MO = MK$ levert een extra eenheid evenveel op als zij kost. Als je nog meer produceert, wordt MK groter dan MO (bij een afzet van 7.000 is $MK = 4$ en $MO = 3$) en dan kost een extra eenheid meer dan zij oplevert. De totale winst zal dan afnemen.

d Bij $q = 8.000$. Daar is de omzet 64.000 (TO).

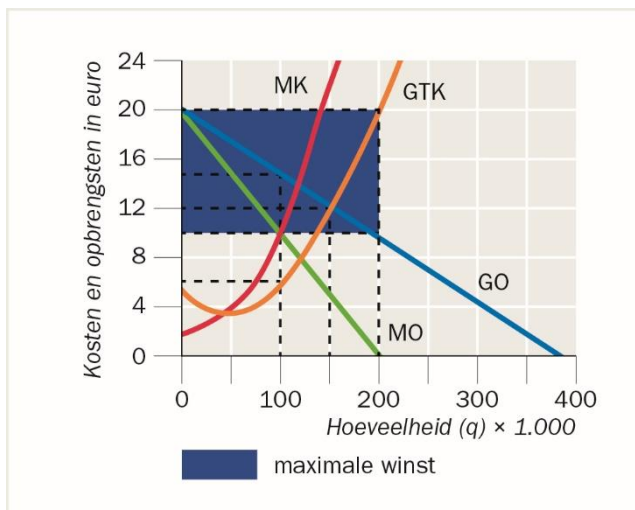
e Bij $q = 9.000$ wordt de extra opbrengst van een verkochte eenheid negatief. Als de opbrengst van een extra verkochte eenheid (MO) nul of kleiner wordt, neemt de totale opbrengst (TO) af.

26 a Nee, hier is geen sprake van proportioneel variabele kosten. Als dat het geval zou zijn, zou de MK-lijn een horizontale lijn zijn, want bij ieder product extra zouden de kosten dan met hetzelfde bedrag toenemen. Hier zie je dat de MK-lijn een stijgende lijn is. Er is dan sprake van progressief variabele kosten.

b Een monopolist die streeft naar maximale omzet, produceert meer en tegen een lagere prijs dan wanneer hij naar maximale winst zou streven. Hij bedient meer klanten tegen lagere prijzen. De monopolist doet dit, omdat potentiële concurrenten dan ook tegen lagere prijzen moeten aanbieden als ze op deze markt voet aan de grond willen krijgen. De monopolist maakt het op deze manier voor potentiële concurrenten lastiger om toe te treden.

c Bij $MO = 0$ is de omzet maximaal. Dat is bij het snijpunt van de MO-lijn met de hoeveelheid-as. Dit is bij een hoeveelheid van 200.000 eenheden. Hierbij hoort een prijs van € 10 (aflezen op de GO-lijn).

d Bij $MO = 0$ (maximale omzet) geldt: $GO < GTK$. De producent maakt dus verlies. Het verlies is gelijk aan het oppervlak van de blauwe rechthoek (zie tekening).



27

Prijsdiscriminatie	Deelmarkten
Korting voor kinderen bij een bezoek aan de dierentuin	Volwassenen, kinderen
Inkomensafhankelijk tarief kinderopvang	Verschillende inkomensgroepen
Gratis reizen met het openbaar vervoer voor studenten	Studenten, niet-studenten
Lastminuteboeking voor een vakantiehuisje	Lastminuteboekers, overige boekers

28 a Een algoritme is eigenlijk een oplossing in een stappenplan. Bij reclames met algoritmes wordt er gekeken op welke advertenties of artikelen jij hebt geklikt en vervolgens krijg je volgens een stappenplan nieuwe advertenties of filmpjes voorgeschoteld.

b De aanbieder kan zien wanneer jij op een website hebt geklikt. Op basis van wanneer en waarop je hebt geklikt, worden de prijzen bepaald. Niet iedereen betaalt dus dezelfde prijs voor hetzelfde product en dat is prijsdiscriminatie.

c Doordat de aanbieder aan verschillende consumenten verschillende prijzen kan rekenen, kan hij zoveel mogelijk geld uit de markt halen. Op die manier wordt het consumentensurplus afgeroomd.

d Consumenten kunnen deze vorm van prijsdiscriminatie moeilijk tegengaan, maar door voorzigtiger om te gaan met hun internet privacy kun je het afremmen. Als bedrijven meer van je weten en je voorkeuren kennen, kunnen ze hiervan profiteren en je consumentensurplus afroemen.

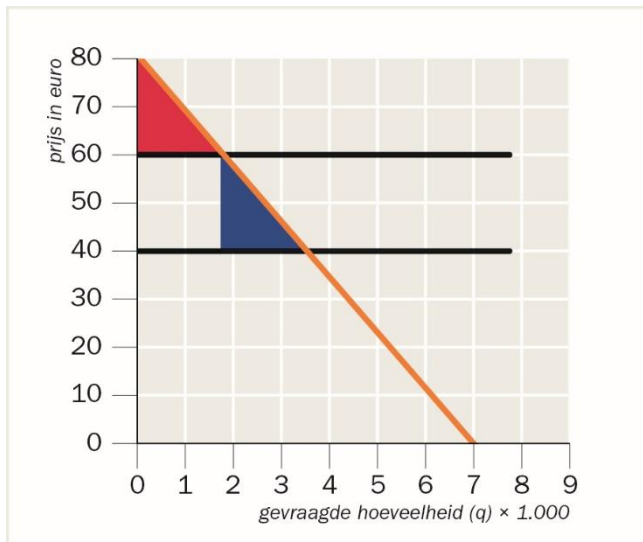
29 a Zie de figuur.

b Zie de rode driehoek in de figuur.

c Zie de figuur.

d Zie de blauwe driehoek in de figuur.

e In eerste instantie worden de spellen verkocht aan de consumenten die een betalingsbereidheid hebben van € 60. Als deze klanten het product hebben gekocht, wordt de prijs verlaagd en worden nu de klanten aangesproken die een lagere betalingsbereidheid hebben. Op deze manier wordt er maximaal gebruikgemaakt van de betalingsbereidheid van de verschillende groepen klanten.



Integratieopdracht

30 a Er is sprake van een monopolie bij de verhuur van standplaatsen op de kermis van Kreims. De gemeente Kreims is de enige aanbieder van standplaatsen op de kermis.

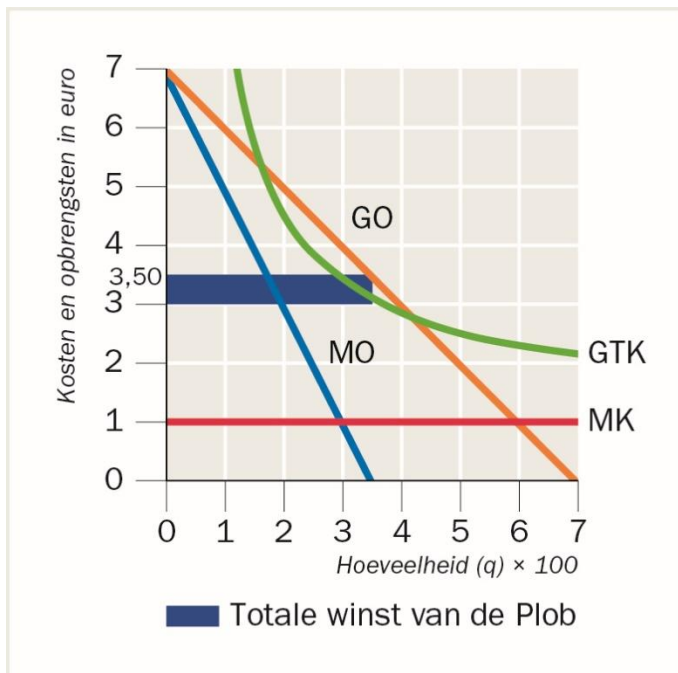
b Streven naar TW maximaal: $MO = MK \Rightarrow q = 3 (\times 100) = 300$ en de $p = € 4$ (aflezen op de GO lijn).

John heeft bij een ritprijs van € 3,50 geen maximale winst, die zou hij bij € 4 hebben.

John maakt bij € 3,50 wel winst:

$$\begin{aligned} TO &= p \times q = € 3,50 \times 3,5 (\times 100) = && € 1.225 \\ TK &= GTK \times q = € 3,00 \times 3,5 (\times 100) = && € 1.050 \\ TW &= GW \times q = € 0,50 \times 3,5 (\times 100) = && € 175 \end{aligned}$$

c



d John heeft gelijk. Bij € 1,20 kan hij zijn vaste kosten niet dekken.

Bij een prijs van 1,20 is $q = 5,8 \times 100$ (aflezen). Bij $q = 5,8 \times 100$ geldt $GTK = € 2,30$ (aflezen). GTK is groter dan GO , dus hij maakt verlies. $GVK = € 1$ (zie MK). Hij verdient de variabele kosten wel terug $GO > GVK$, maar legt toe op de vaste kosten.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed **BEWAREN** totdat je geslaagd bent.

Herhalingsopdrachten

1 a In theorie is er geen monopolie, omdat er meerdere zoekmachines zijn. Je kunt wel spreken van een monopolie-situatie, omdat de marktmacht van Google zo groot is, dat er sprake is van één dominante aanbieder.

b Als er sprake is van een monopolie, dan is het een feitelijk monopolie: een monopolie dat is ontstaan doordat Google door economische macht de hele markt beheerst.

c De EU kan verdere fusies en overnames die Google wil, verbieden. Als de EU het machtsmisbruik kan bewijzen, dan hangt het bedrijf een fikse boete boven het hoofd.

2 a Omzet maximaal bij $MO = 0$. $q = 5 (\times 1.000)$. Bij 5.000 stuks in de omzet maximaal. De prijs die daarbij hoort is € 50.

b Omzet = $TO = p \times q = € 50 \times 5.000 = € 250.000$

c Winst bij maximale omzet:

$TO = p \times q = € 50 \times 5.000 = € 250.000$

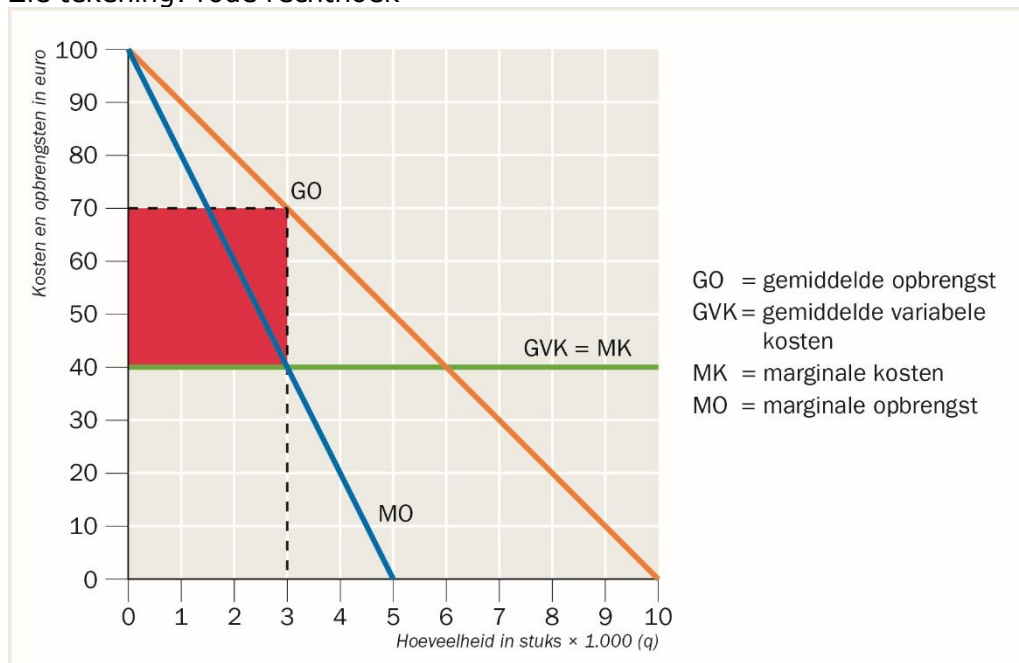
$TK = € 40 \times 5.000 = € 200.000$

$TW = € 250.000 - € 200.000 = € 50.000$.

3 a TW maximaal bij $MO = MK$: $q = 3 (\times 1.000) = 3.000$ stuks.

b Prijs aflezen op de GO-lijn, want $p = GO = € 70$

c Zie tekening: rode rechthoek



4 a

Afzet	TVK	TK	GO	TO	MK	MO	TW = TO - TK
1.000	6.000	20.000	18	18.000	6	18	-2.000
2.000	12.000	26.000	16	32.000	6	14	6.000
3.000	18.000	32.000	14	42.000	6	10	10.000
4.000	24.000	38.000	12	48.000	6		10.000
5.000	30.000	44.000	10	50.000	6	2	6.000
6.000	36.000	50.000	8	48.000	6	-2	-2.000
7.000	42.000	56.000	6	42.000	6	-6	-14.000

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

8.000	48.000	62.000	4	32.000	6	-10	-30.000
9.000	54.000	68.000	2	18.000	6	-14	-50.000

b De winst is maximaal bij 3.000 en 4.000 eenheden. Bij 4.000 eenheden zijn MO en MK gelijk. De winst neemt niet meer toe bij uitbreiding. De winst is dan € 10.000. De winst zal tussen een afzet van 3.000 en 4.000 een maximum bereiken.

c Tussen 1.000 en 2.000 eenheden wordt een break-evenpunt bereikt. Het verlies slaat om in een winst. Tussen 5.000 en 6.000 gebeurt het omgekeerde. Winst slaat om in een verlies.

5 a

Voorbeeld	Wel of geen prijsdiscriminatie?	Uitleg
Een museum geeft korting aan studenten en ouderen.	Wel	De marktsegmenten zijn goed te scheiden op basis van leeftijd en de lagere entree lokt ouderen en jongeren die anders niet zouden komen.
Een autodealer geeft korting op een actiemodel dat slecht verkoopt.	Geen	De korting geldt voor iedereen, er zijn dus geen verschillende marktsegmenten.
In het hoogseizoen vraagt een verhuurder van vakantiehuisjes meer huur dan in het laagseizoen.	Geen	Het prijsverschil tussen het hoog- en laagseizoen geldt voor iedereen. Er is geen onderscheid naar marktsegmenten.
Vanwege de opheffing van een groot warenhuis gaan artikelen met korting de deur uit.	Geen	De korting geldt voor iedereen, er zijn dus geen verschillende marktsegmenten.

b Bijvoorbeeld door mensen die vroeg boeken een korting te geven. Of door frequente kopers een korting te geven.

c Niet iedereen betaalt dan dezelfde prijs. Degenen met een hogere betalingsbereid betalen een hogere prijs dan kopers met een lagere betalingsbereidheid. Op die manier is de opbrengst voor de producent hoger en wordt het consumentensurplus afgeroomd.

Verrijkingsopdracht

1 a Deze meldingen worden volgens een vaste formule aan klanten getoond, bijvoorbeeld wanneer je extra interesse toont in bepaalde hotelkamers.

b De vaste formule sluit aan bij gedrag dat de klanten laten zien. Als een klant een

bepaalde keuze maakt, kiest het algoritme voor een bepaalde optie die daarbij hoort. Dat gaat dus stap voor stap.

c Bijvoorbeeld door anoniem in te loggen, door je zoekgeschiedenis te wissen of door cookies uit te schakelen.

d Het is op de persoon toegesneden. Kopers kunnen er ook bijna niet aan ontsnappen. Het is voor de verkopers dus heel handig en effectief om algoritmes in te zetten.

e Producenten kunnen met behulp van de algoritmes beïnvloeden hoe vaak een klant een bepaalde advertentie ziet en erop klikt, en wat een klant koopt bij hun winkel. Op die manier kunnen ze de betalingsbereidheid van de klant inschatten en de prijs bepalen die daarbij hoort.

f Klanten krijgen door de algoritmes aanbiedingen die specifiek bij hen passen en ze betalen wellicht ook minder dan als ze geen gepersonaliseerde aanbieding zouden krijgen.

1.3 Je onderscheiden van de concurrent

31 a De marktleiders onder de supermarkten zijn: Albert Heijn en Jumbo. Zij hebben in 2023 samen 58,2% van de markt in handen.

b Aldi en Lidl zijn twee Duitse supermarkten die door de grotere supermarkten nauwlettend in de gaten gehouden worden, omdat het in eigen land (Duitsland) heel grote supermarkten zijn. Bovendien hebben ze ten opzichte van Nederland een afwijkend concept, dat toch klanten trekt. Het zijn dus zeer serieuze concurrenten die in de toekomst mogelijk veel marktaandeel kunnen afsnoepen.

c Manieren waarop een supermarkt zijn marktaandeel kan uitbreiden, zijn: overnames van andere supermarkten, fusies met andere supermarkten, veranderingen in het concept dat veel klanten aanspreekt, webshopdiensten, bezorgdiensten.

32 a

Bedrijfstak	Wel of geen oligopolie?	Toelichting
Horeca in je stad of dorp	Geen	Horeca staat voor hotel, restaurant en café. Dat zijn verschillende diensten en die vormen dus geen oligopolie.
Autofabrikanten	Wel	Autofabrikanten hebben vaak veel merken onder hun paraplu. Wereldwijd is het aantal merken groot, maar het aantal fabrikanten niet.
Elektriciteits-producenten	Wel	Op de Nederlandse energiemarkt zijn slechts enkele grote spelers.
Telecomproviders	Wel	Op de Nederlandse telecommarkt zijn slechts enkele grote spelers. KPN, VodafoneZiggo en Odido zijn de absolute hoofdrolspelers.
Pretparken	Wel	Er is een beperkt aantal pretparken.
Tankstations	Wel	Het aantal tankstations is weliswaar groot, maar het aantal merken is beperkt.

b Ja, hier is sprake van een duopolie. Google en Facebook hebben samen een groot deel van de reclamemarkt in handen. Wanneer je als bedrijf wilt adverteren en een heel groot bereik wilt hebben, kom je al snel uit bij één van deze twee bedrijven (die ook weer allerlei dochterondernemingen hebben).

c Producenten die willen adverteren, zijn voor een groot deel afhankelijk van de beide bedrijven. Ze moeten de prijs en voorwaarden van Google en Facebook accepteren. Google en Facebook hebben marktmacht: ze kunnen de voorwaarden en prijzen bepalen.

d Door de macht van Google en Facebook moeten alle advertenties aan de voorwaarden van deze bedrijven voldoen. Nadeel kan zijn dat de keuze van de consumenten hierdoor beïnvloed wordt.

33 a Albert Heijn verlaagt de prijzen om klanten te winnen en de concurrentie klanten af te pakken.

b Supermarkten verkopen grotendeels dezelfde producten en merken. Als Albert Heijn de prijzen verlaagt, zullen consumenten makkelijk overstappen naar deze supermarkt, omdat ze hier hetzelfde product van hetzelfde merk voor een lagere prijs kunnen kopen. De andere supermarkten moeten volgen, omdat ze anders klanten verliezen aan Albert Heijn en hun omzet omlaag zien gaan.

c Voorbeelden van concurrentiemiddelen voor supermarkten anders dan te variëren met prijzen zijn: online bestelmogelijkheden, bezorgdiensten, ruimer assortiment, spaarprogramma's en betere service.

34 a De prijsafzetlijn bij volkomen concurrentie verloopt horizontaal, omdat de individuele producent op deze markt géén invloed heeft op de prijs. De prijs bij volkomen concurrentie wordt bepaald door de markt: alle producenten en consumenten samen.

b De prijsafzetlijn van een monopolist is gelijk aan de marktvraag. Consumenten kunnen alleen bij de monopolist terecht. Daarom is de collectieve vraaglijn de GO-lijn van de monopolist. Bij een oligopolie is dat niet zo. De collectieve vraag wordt verdeeld over de oligopolisten. Klanten hebben immers alternatieven.

c De prijselasticiteit van de vraag is bij een oligopolie in het algemeen hoger dan bij een monopolie, omdat er concurrentie is. Een prijsverhoging betekent dat je klanten aan een concurrent kunt verliezen. De vraag reageert dan elastischer. Een monopolist heeft geen concurrenten, daar is de vraag inelastischer.

35

Bewering	Juist of onjuist?	Toelichting
Bij een oligopolie is toetreding tot de markt vaak lastig door toetredingsdrempels.	Juist	De producenten die op deze markt opereren hebben al een groot marktaandeel en zullen er alles aan doen om toetreders buiten te houden.
Bij een oligopolie vindt concurrentie vooral plaats met prijzenoorlogen.	Onjuist	Bij een prijzenoorlog verlagen alle oligopolisten hun prijzen. De marktaandelen blijven gelijk, maar de gezamenlijke winst daalt. Concurrentie vindt plaats met andere marketinginstrumenten, zoals productbeleid, promotiebeleid en plaatsbeleid.
De meeste oligopolies zijn heterogene oligopolies.	Juist	Producenten willen zich van elkaar onderscheiden en passen daarom productdifferentiatie toe. Dat maakt de markt heterogeen.

36 a TW is maximaal als $MO = MK \Rightarrow q = 4,75$ ($\times$ miljoen m^3).

b TO is maximaal als $MO = 0 \Rightarrow q = 5,2$ ($\times$ miljoen m^3).

c De prijs daalt tot ongeveer € 3 bij een afzet van $q = 8$ ($\times$ miljoen m^3). Dit is de prijs waarbij er geen winst of verlies meer wordt gemaakt. Dan geldt: $GO = GTK$.

d Als er meerdere aanbieders van gas en elektriciteit op de markt komen, zal de GO-lijn van Gaselectro naar links verschuiven. Door de concurrentie is er bij iedere prijs minder vraag. De GO-lijn gaat ook minder steil lopen, omdat de vraag prijselastischer wordt.

37 a Een strandtenthouder:

- De kwaliteit en kenmerken van het product aanpassen. Bijvoorbeeld: de tent verhuren voor feestjes of vegetarische gerechten aanbieden.
- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: werken met spaaracties (spaarmunten).
- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: snellere service waardoor klanten minder lang op hun bestelling wachten of langere openingstijden.

b Verkoper van tweedehands auto's:

- De kwaliteit en kenmerken van het product aanpassen. Bijvoorbeeld: tweedehands auto's zo aanpassen dat de auto een hogere kwaliteit heeft. Of extra's aanbieden zoals een gratis onderhoudsbeurt na een jaar.
- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: een vaste prijs voor auto's van een bepaald bouwjaar rekenen. Of werken met kortingen wanneer je binnen een bepaalde tijd beslist.
- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Een controlebeurt na verkoop van de auto.

c Een klusbedrijf kan:

- De kwaliteit en kenmerken van het product aanpassen. Bijvoorbeeld: specialisatie in één type klus of juist alle verbouwingen aanbieden.
- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: vaste prijsopgave.
- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: een controlebeurt na opleveren van de klus.

d Een ontwerper van websites:

- De kwaliteit en kenmerken van het product aanpassen. Bijvoorbeeld: niet alleen het ontwerp van de site, maar ook het ontwerp van een nieuw logo.
- Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: korting op een volgende website (uitbreiding).
- Dienstverlening. Bijvoorbeeld: snellere service waardoor klanten minder lang op hun website hoeven wachten.

38 a Een kartel is verboden, omdat bedrijven niet mogen samenwerken. Onjuist. Bedrijven mogen wel samenwerken, maar ze mogen geen prijs- en/of productieafspraken maken die de consument benadelen. Samenwerken op het vlak van bijvoorbeeld Research & Development is toegestaan. Kosten van Research & Development zijn vaak hoog, daarom werken bedrijven dan graag samen.

b Kartels zijn verboden, omdat zij concurrentie beperken, wat ten koste kan gaan van consumenten.

Juist. Dit is de kern van de Europese antitrustwetgeving. Er moet een eerlijke concurrentie zijn, zodat consumenten een scherpe prijs betalen.

c Als producten in elke winkel hetzelfde kosten, is er sprake van een kartel. Onjuist. Een prijs kan door vraag en aanbod op de markt ontstaan en op de markt van volkomen concurrentie geldt dan overal die prijs. Ook bij andere marktvormen kunnen gelijke prijzen bij toeval ontstaan of door prijsstarheid.

39 a De aanbodcurve verloopt steil, omdat het aanbod zwak reageert op prijsveranderingen.

b De OPEC wil de aanbodlijn naar links verschuiven. Minder aanbod zorgt bij gelijkblijvende vraag voor een hogere prijs van aardolie.

c Als de OPEC wil dat door de hogere olieprijs de totale marktomzet toeneemt, moet de procentuele stijging van de prijs groter zijn dan de procentuele daling van de gevraagde hoeveelheid. De vraag moet relatief zwak reageren op een prijsstijging. De vraag is dan prijsinelastisch.

d De OPEC moet afspraken maken met Rusland, omdat Rusland een redelijk grote producent is van aardolie en de plannen van de OPEC (het verminderen van het aanbod) kan tegenwerken als Rusland extra olie zou gaan produceren. Als Rusland meer produceert, daalt het aanbod van aardolie niet en gaat de prijs van aardolie niet omhoog.

Integratieopdracht

40 a Er sprake is van onvolkomen concurrentie op de markt voor radioreclame, omdat het aantal grote aanbieders op de markt beperkt is. De grootste vijf hebben bijna 45% van de reclameopbrengsten. Bij volkomen concurrentie zijn er veel meer aanbieders.

Er is sprake van kosten voor uitzendlicenties, hetgeen wijst op beperkte toetreding. De prijs per eenheid radioreclame verschilt, afhankelijk van het tijdstip van uitzenden, hetgeen wijst op heterogeniteit van het product.

b Totale omzet radioreclame in 2008 = $(0,9 \times \text{€ } 31 \text{ miljoen}) \div 11,4 \times 100 = \text{€ } 2.447.368,42$.

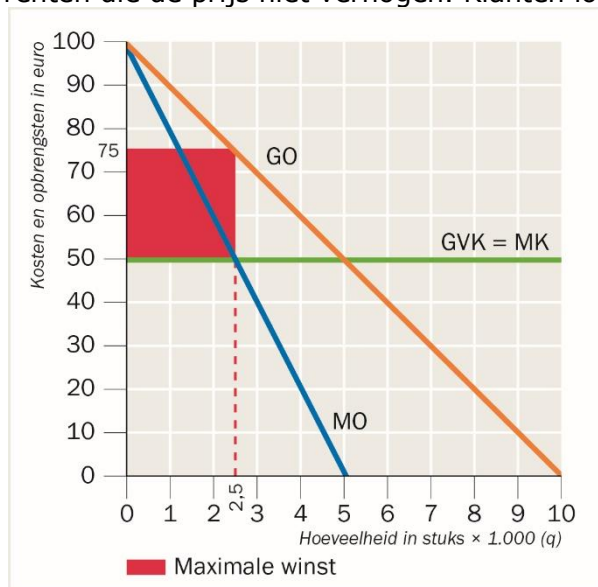
c De winst van Radio 538 in 2008 is méér dan 40% van de behaalde omzet:

$$31 - \left(\frac{57}{8} + 0,09 \times 31 + 5,885 + 2,2 \right) \div 31 \times 100\% = 41,9\%$$

d Brüggen, want een prijselasticiteit van $-1,2$ duidt op een elastische vraag. Dat betekent dat een prijsverlaging zal leiden tot een relatief grotere (procentuele) afzetstijging, zodat de omzet zal toenemen. In combinatie met lagere kosten voor auteursrechten (minder muziek uitzenden) kan dat leiden tot meer winst.

Herhalingsopdrachten

- 1 a** Er is sprake van een oligopolie. Het aantal vliegvelden in Nederland is beperkt, er zijn maar weinig aanbieders op de markt.
- b** Schiphol kan de prijzen die het rekent aan vliegmaatschappijen maar zeer beperkt verhogen, omdat het rekening moet houden met concurrerende luchthavens. Vliegmaatschappijen zouden kunnen uitwijken naar bijvoorbeeld Eindhoven.
- c** Voorbeelden van manieren waarop Schiphol kan concurreren zijn:
- De kwaliteit en kenmerken van het product aanpassen. Bijvoorbeeld: snellere afhandeling bij het inchecken en de bagage.
 - Marketinginspanningen. Bijvoorbeeld: werken met extra airmiles, vouchers voor gratis koffie.
 - Dienstverlening. Bijvoorbeeld: Snellere shuttleservice van en naar de parkeerplaatsen, waardoor klanten minder tijd kwijt zijn.
- 2 a** TW maximaal bij $MO = MK$: aflezen $q = 2,5 \times 1.000 = 2.500$ stuks. Prijs aflezen op de GO, want $p = GO = € 75$.
- b** Zie figuur.
- c** Als deze oligopolist zijn prijs te hoog zet, zal hij marktaandeel verliezen aan concurrenten die de prijs niet verhogen. Klanten lopen over naar de concurrentie.



3

Bewering	Juist/Onjuist	Toelichting
Met productdifferentiatie kunnen oligopolisten niet-prijsconcurrentiebeleid voeren.	Juist	Met productdifferentiatie kunnen ze concurreren zonder prijsaanpassingen.
Productdifferentiatie wordt niet gebruikt door oligopolisten.	Onjuist	Oligopolisten gebruiken juist productdifferentiatie om te concurreren. Hiermee wordt het product heterogeen en kunnen ze een andere prijs vragen dan de concurrent.
Als een oligopolist extra garantie geeft, is dit een vorm van productdifferentiatie.	Juist	Dit is dienstverlening gekoppeld aan het product en dat valt onder productdifferentiatie.
Voor een oligopolist is de winst maximaal als $MO = MK$.	Juist	Zolang $MO > MK$ maakt de producent op een extra product nog extra winst. Zolang $MO > MK$ gaat hij door met extra producten maken. Pas als $MO = MK$ maakt de oligopolist, op dat laatste product geen winst meer.

- 4 a** Een kartel is een door de EU verboden samenwerkingsverband tussen bedrijven met als doel de concurrentie te verminderen.
- b** De taak van ACM is deze verboden kartelafspraken op te sporen en te voorkomen. Bedrijven die een kartel vormen worden beboet.
- c** De consument betaalt dan geen eerlijke prijs meer, omdat er geen of minder concurrentie is tussen bedrijven.

Verrijkingsopdracht

- 1 a** Ja. Een kartel is een afspraak tussen bedrijven om niet met elkaar te concurreren. Dit is altijd verboden.
- b** Meerdere antwoorden goed, bijvoorbeeld: als bedrijven concurrentiegevoelige informatie uitwisselen en de markt onderling verdelen.
- c** De ACM kan boetes opleggen aan de bedrijven en/of personen die aan een kartel meegewerkt hebben.
- d** Eigen antwoord.

1.4 Veel verschillende concurrenten

41

Bedrijf	Wel of geen monopolistische concurrentie?	Toelichting
Bakkerswinkel	Wel	Er zijn veel bakkers, maar elke bakker biedt een product aan dat een beetje afwijkt van de producten van concurrenten. Iedere bakker heeft zijn specialiteit.
Kledingzaak	Wel	Er zijn veel kledingwinkels, maar iedere winkel biedt een assortiment/stijl aan die een beetje afwijkt van die van concurrenten. Er wordt geprobeerd een eigen concept te voeren.
Eurostar (treinvervoer naar Londen).	Niet	Er zijn niet veel aanbieders (voor de treinreis naar Londen slechts één).
Bank	Niet	Er zijn niet veel aanbieders. Er zijn misschien wel veel bankfilialen, maar weinig verschillende soorten banken.
Paprikakweker	Niet	Er zijn veel kwekers, maar geen enkele kweker biedt een product aan dat echt afwijkt van de producten van concurrenten.

42 a Oligopolie. De fastfoodmarkt wordt gedomineerd door een aantal grote ketens (McDonald's, Burger King, KFC, Subway, FEBO) met veel vestigingen. Lokaal zijn er wel snackbars, maar die vallen bij de grote spelers in het niet.

b Hier is sprake van productdifferentiatie. Deze McDonald's probeert te concurreren door een ander productaanbod (eet zoveel als je wilt voor een vaste prijs), terwijl concurrenten een prijs per product rekenen.

c De voorgestelde actie kan op maatschappelijke tegenstand rekenen, omdat 'all you can eat' niet past in de maatschappelijke trend van gezond eten; minder suiker/koolhydraten, zout en vet.

43 a Bij volkomen concurrentie heeft de producent geen invloed op de prijs. Daardoor is de prijs voor de individuele producent een gegeven en verloopt de prijsafzetlijn horizontaal.

Bij monopolistische concurrentie heeft de producent wel invloed op de prijs. Dat maakt dat de prijsafzetlijn een schuin verloop heeft.

b Door prijsverlagingen kan een producent op een monopolistische markt de concurrentie aangaan met andere producten en zijn marktaandeel vergroten. Met productdifferentiatie kan de producent klanten binden en zo de prijsafzetlijn steiler maken.

44 a De GO-lijn kan naar rechts verschuiven door een succesvolle reclamecampagne, door een nieuw assortiment/concept of een nieuw product.

b In een 'teruglopende markt' is het lastiger om extra omzet te realiseren dan in een 'groeierende markt', omdat dan de vraag daalt en er een (prijs)gevecht moet worden geleverd om de bestaande klanten te behouden. Bij een groeiende markt is een omzetstijging realiseren zonder prijzenoorlog gemakkelijker, omdat dan de omzet op de totale markt groeit.

c Bovenstaande geldt ook voor een oligopolist, met dat verschil dat een oligopolist met niet-prijsmiddelen zal moeten concurreren. Prijsverlagingen bij een oligopolie werken niet, omdat dan alle oligopolisten hun prijs verlagen. De marktaandelen veranderen niet. Het enige dat ze ermee bereiken, is dat de winsten dalen.

45 a De omzet van biologische voeding stijgt wel in Nederland, maar het

marktaandeel biologisch voedsel is maar 3,8% van de totale uitgaven aan voeding. In 2023 moet dat 15% zijn.

b Bij biologische winkels is sprake van monopolistische concurrentie. Er zijn veel kleinere biowinkels, maar iedere winkel biedt een assortiment aan dat een beetje afwijkt van dat van concurrenten. Er zijn geen grote ketens die de markt domineren.

c Bij supermarkten is sprake van een oligopolie. Slechts een aantal grote bedrijven, zoals Albert Heijn en Jumbo, beheersen de markt.

d De GO-lijn van de biowinkels schuift naar links. Door de concurrentie van de supermarkten verliezen de biowinkels klanten en omzet.

e Een reden waarom de biowinkels omzet verliezen, is dat de supermarkten ook deze biologische producten in het assortiment hebben opgenomen. Biowinkels worden daardoor minder onderscheidend met hun assortiment. Bovendien kunnen supermarkten door hun marktmacht deze biologische producten tegen scherpere prijzen inkopen, waardoor ze goedkoper zijn dan bij de biowinkels.

46 a Bij parfumeriezaken zijn er een paar grote ketens (ICI Paris, Douglas en Rituals) die de parfumeriemarkt domineren. Er zijn wellicht wel een paar kleine parfumeriezaken, maar de grote ketens maken de dienst uit op de markt.

b Een beginnend bedrijf moet vaak veel investeren. Dat levert hoge kosten op. Het duurt vaak een tijd voordat die kosten zijn terugverdiend. Die eerste periode zal een ondernemer er dan naar streven om uit te komen op een winst van nul en de kosten terug te verdienen.

c De GO-lijn van Carolina verschuift naar links. Carolina zal bij dezelfde prijs minder verkopen. Een aantal klanten zal niet meer bij Carolina kopen, maar bij een webshop.

d Een parfumerie heeft grote concurrentie (ook door onlinewinkels). Als ze de bekende parfummerken verkoopt die iedereen verkoopt, is het moeilijker om zichzelf te onderscheiden. Carolina zal maar zeer beperkt de ruimte hebben om de prijzen van haar producten zelf te bepalen. Bij een oligopolie volgen concurrenten elkaar snel op.

47 a Bijvoorbeeld: Jumbo is een supermarkt die door overname van concurrenten (onder andere Super de Boer, C1000 en een aantal Jan Linders-winkels) sterk is gegroeid en Vodafone is een telecombedrijf dat door overnames (onder andere van Belcompany) groot geworden is.

b Mogelijke risico's bij het overnemen van een bestaand bedrijf: een overname kost geld en misschien zoveel dat je hele financiële speelruimte op is. Of je erft ongewild een aantal zaken, zoals werkwijzen, cultuur en sociale omgang en dat kan voor spanningen zorgen.

c Redenen waarom een bedrijf een ander bedrijf wil overnemen, zijn:

- Uitbreiding van de afzet: er zijn al klanten, leveranciers en werknemers.
- Je houdt andere concurrenten op afstand; hoe groter een bedrijf is, hoe lastiger een overname is.
- Door de overname verminder je de concurrentie en creëer je meer marktmacht. Als je groter bent, kun je betere prijzen bij je leveranciers onderhandelen.

48 a Het overnemen van een bestaand bedrijf door een oligopolist kan bij de ACM op bezwaar stuiten, omdat de ACM bang is voor te veel marktmacht / een monopolie. Dat kan er namelijk voor zorgen dat consumenten een te hoge prijs gaan betalen.

b In de marktvorm monopolistische concurrentie stuit een overname meestal op minder bezwaar van de ACM, omdat dan het risico van te grote marktmacht kleiner is. Het gaat van heel veel naar iets minder aanbieders. De kans op hogere prijzen voor de consument is klein.

c Bij een overname wordt bedrijf B door bedrijf A overgenomen en houdt bedrijf B op te bestaan. Voor de overname had je bedrijf A en B. Na de overname alleen nog bedrijf A.

Bij een fusie gaan bedrijven in overleg samen / met elkaar verder als fusiebedrijf. Voor de fusie had je bedrijf A en B. Na de fusie heb je bedrijf AB.

49 a Dit is marktvorm van oligopolie. Er zijn maar weinig postbedrijven. De kleine hoeveelheid producenten maakt het een oligopolie.

b Als er sprake is van een te grote marktmacht, zal de ACM de overname niet goedkeuren. De voordelen van een overname kunnen liggen op het gebied van efficiëntie, waardoor er lagere prijzen mogelijk zijn voor de klant. Het feit dat de bedrijven actief zijn op nationale markten kan erop wijzen dat er geen gevaar is voor een te grote marktmacht.

c Een staatsbedrijf en een particulier bedrijf zouden dan samen moeten werken. Een particulier bedrijf heeft vaak een andere doelstelling (winst maken) dan een staatsbedrijf (zo goed mogelijke dienstverlening).

Integratieopdracht

50 a Vraaglijn Travel Experience: $q_{vt} = -10p + 1.000$

$p = 0$: $q_{vt} = -10 \times 0 + 1.000 = 1.000 \Rightarrow$ punt (1.000 ; 0)

$q_{vt} = 0$: $q_{vt} = -10p + 1.000 = 0 \Rightarrow p = 1.000 \div 10 = 100 \Rightarrow$ punt (0 ; 100)

Travel Experience kan maximaal 800 klanten begeleiden: grafiek breekt af bij $q = 800$.

Vraaglijn Outdoor-sport: $q_{vo} = -16p + 2.400$

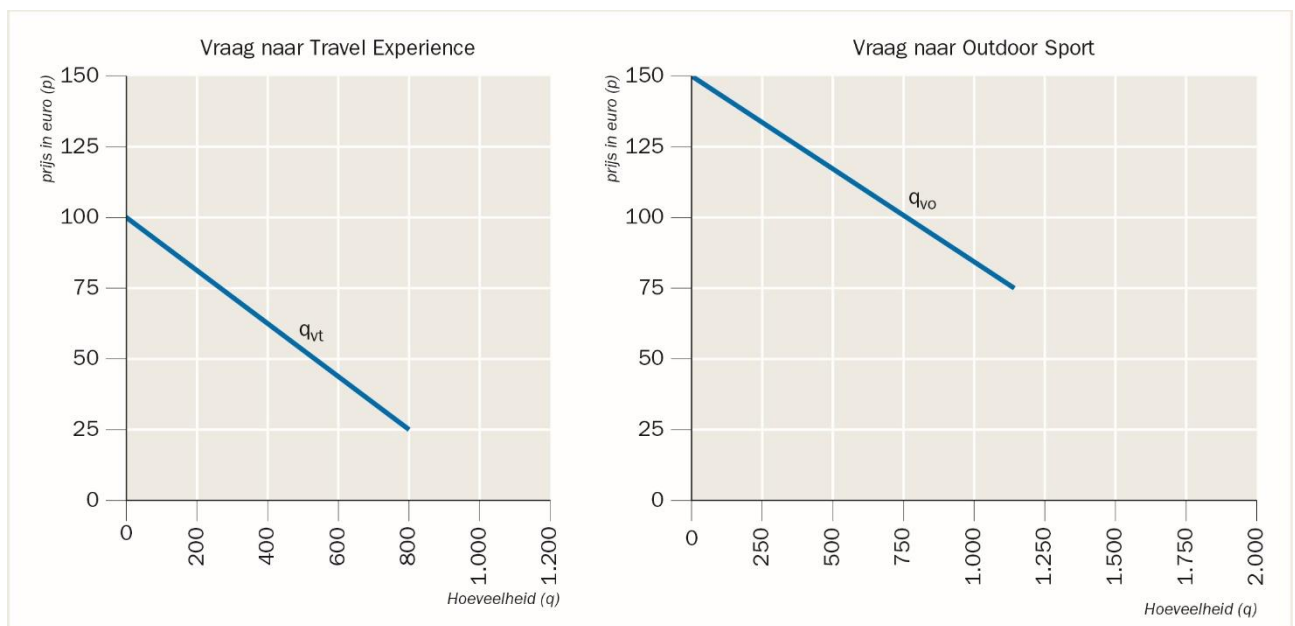
$p = 0$: $q_{vo} = -16 \times 0 + 2.400 = 2.400 \Rightarrow$ punt (2.400 ; 0)

$q_{vo} = 0$: $q_{vo} = -16p + 2.400 = 0 \Rightarrow p = 2.400 \div 16 = 150 \Rightarrow$ punt (0 ; 150)

Outdoor Sport kan maximaal 1.200 klanten begeleiden: grafiek breekt af bij $q = 1.200$.

Travel experience

Outdoor Sport



b Bij $p = € 40 \Rightarrow q_{vt} = -10 \times 40 + 1.000 = 600$

TO Travel Experience = $p \times q = € 40 \times 600 =$

€ 24.000

TK Travel Experience = $TVK + TCK = (€ 20 \times 600) + € 4.000) =$

€ 16.000

TW Travel Experience =

€ 8.000

c Travel Experience kan maximaal 800 klanten begeleiden.

$q_{vt} = 800$: $q_{vt} = -10p + 1.000 = 800 \Rightarrow p = 200 \div 10 = € 20$

$p_t = € 20$

Outdoor Sport kan maximaal 1.200 klanten begeleiden.

$q_{vo} = 1.200$: $q_{vo} = -16p + 2.400 = 1.200 \Rightarrow p = 1.200 \div 16 = € 75$

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

$p_0 = € 75$

d Outdoor Sport komt in de problemen als de prijs onder GVK komt, dus als $p < € 25$.

e Een activiteit met 500 deelnemers voor € 15.000 levert onderstaande op:

TO Travel Experience = € 15.000

TK Travel Experience = $TVK + TCK = (€ 20 \times 500) + 500 \div 800 \times € 4.000 = € 12.500$

TW Travel Experience = € 2.500

TO Outdoor Sport = € 15.000

TK Outdoor Sport = $TVK + TCK = (€ 25 \times 500) + 500 \div 1.200 \times € 6.000 = € 15.000$

TW Outdoor Sport = € 0

Travel Experience zal de opdracht waarschijnlijk aannemen, omdat de opdracht bijdraagt aan de totale winst. Outdoor Sport maakt geen winst op deze opdracht en zal om die reden misschien de opdracht niet aannemen. Wel zorgt de opdracht ervoor dat een deel van de constante kosten wordt gedekt, wat een reden kan zijn voor Outdoor Sport om de opdracht toch aan te nemen.

Herhalingsopdrachten

1 a Twee kenmerken van een markt van monopolistische concurrentie zijn: veel aanbieders en heterogene goederen.

b Het woord 'monopolistisch' komt in het begrip voor, omdat een individuele producent een van de vele producenten is, maar zich uniek probeert te maken met het product, het assortiment en de service. De producent hoopt daarmee de consument aan zich te binden, zoals dat ook bij een monopolie gebeurt.

c Productdifferentiatie wordt toegepast in een markt van monopolistische concurrentie. De ondernemer op de monopolistische markt moet zich onderscheiden van de concurrentie door net iets anders te bieden dan zijn concurrenten.

2 a Als de concurrentie toeneemt, daalt het marktaandeel van de producent. Bij dezelfde prijzen wordt minder verkocht, dus schuift de GO-lijn bij een vergroting van concurrentie naar links.

b Stelling 1 is onjuist.

Stelling 2 is juist.

Stelling 3 is onjuist.

c Hoe meer invloed een producent heeft op de prijs, hoe steiler de prijsafzetlijn loopt. Bij monopolistische concurrentie verloopt de prijsafzetlijn horizontaler, omdat de producent veel concurrenten heeft en dus minder invloed op de prijs heeft. Bij een oligopolie heeft hij minder concurrenten en meer prijsinvloed. Daar loopt de GO-lijn steiler.

3 a Bij een overname wordt bedrijf B door bedrijf A overgenomen en houdt bedrijf B op te bestaan. Voor de overname had je bedrijf A en B. Na de overname alleen nog maar bedrijf A.

Bij een fusie gaan bedrijven in overleg samen / met elkaar verder als fusiebedrijf. Voor de fusie had je bedrijf A en B. Na de fusie heb je bedrijf AB.

b Als de twee ziekenhuizen fuseren, kunnen ze kosten besparen door gemeenschappelijke investeringen. Specialisaties die nu samengevoegd worden, maken het nieuwe ziekenhuis aantrekkelijk en daarom kan het rekenen op meer patiënten.

c De concurrentie tussen de twee gefuseerde ziekenhuizen valt weg. Het

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

fusieziekenhuis is groter geworden en is daarmee voor andere ziekenhuizen een concurrent.

d Een dergelijke fusie kan extra banen opleveren als het nieuwe ziekenhuis meer patiënten krijgt. Anderzijds zullen er ook banen overtollig worden, omdat diensten samengevoegd kunnen worden.

Verrijkingsopdracht

1 a t/m e Eigen uitwerking

Extra rekenen

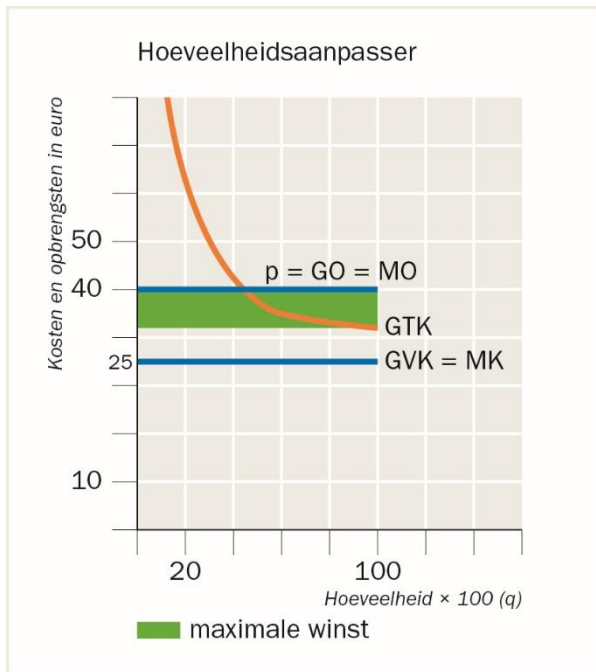
1 a $MO > MK$. Dat wil zeggen dat deze producent op elk extra verkocht product winst maakt. Hij zal zoveel mogelijk willen maken als kan. De productiecapaciteit van deze producent is 10.000 stuks, dat is de hoeveelheid die hij als hoeveelhedsaanpasser kiest.

b Hij haalt deze prijs bij de prijs die door de totale markt is bepaald en voor hem een gegeven is. Dat is hier € 40 per product.

c Break-evenpunt bij $GO = GTK$ en dat is bij ongeveer 5.500 stuks.

d De omzet is maximaal bij 10.000 stuks. De omzet is bij een hoeveelhedsaanpasser maximaal bij de maximale productie.

e



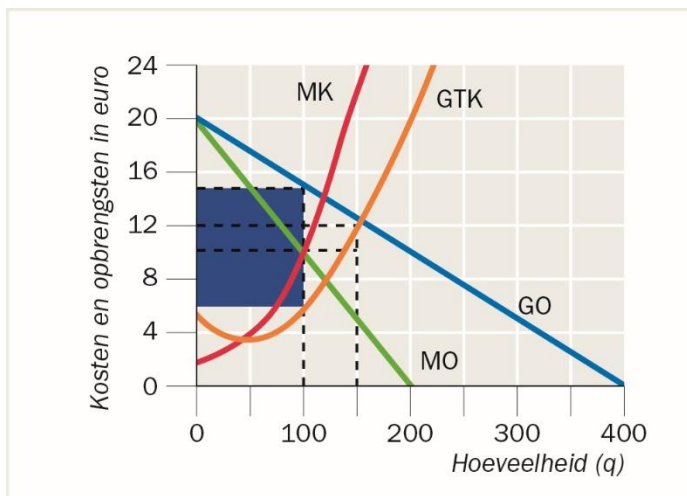
2 a 100 stuks ($MO = MK$).

b $p = 15$

c 150 stuks ($GO = GTK$).

d 200 stuks ($MO = 0$).

e



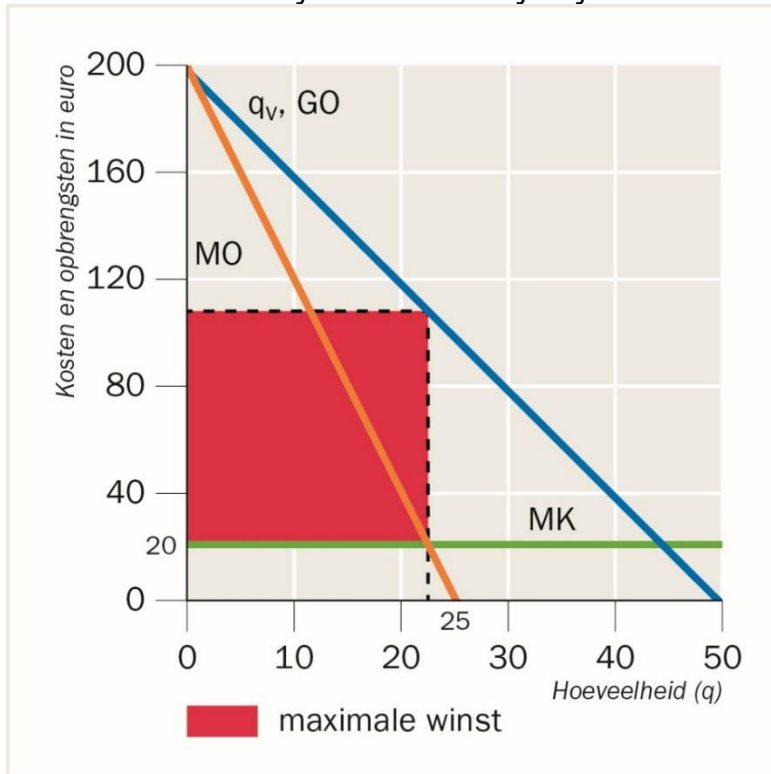
3 a Tekenen van de GO-lijn = vraaglijn van de monopolist:

$$p = 0 \text{ invullen: } q_v = -0,25p + 50 = -0,25 \times 0 + 50 = 50 \Rightarrow \text{punt } (50 ; 0)$$

$$q_v = 0 \text{ invullen: } q_v = -0,25p + 50 = 0 \Rightarrow p = 50 \div 0,25 = 200 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 200)$$

b Tekenen van de MO-lijn: de MO-lijn loopt twee keer zo steil zodat de punten worden: (25 ; 0) en punt (0 ; 200) blijft hetzelfde.

c Tekenen van de MK-lijn: horizontale lijn bij 20.



d TW max bij MO = MK. Dat is bij $q = 22,5$.

e GO = p is dan € 110.

f Bij maximale omzet geldt: MO = 0. Dat is bij $q = 25$.

4 a $Q_a = Q_v$

$$p - 5 = -0,5p + 25$$

$$1,5p = 30$$

$$p = 30 \div 1,5 = € 20$$

Controle:

$$p = 20: Q_a = p - 5 = 20 - 5 = 15 (\times 10.000.000 \text{ kg})$$

$$p = 20: Q_v = -0,5p + 25 = -0,5 \times 20 + 25 = 15 (\times 10.000.000 \text{ kg}), Q_a = Q_v.$$

b Omzet = $p \times Q = € 20 \times 15 (\times 10.000.000 \text{ kg}) = € 3.000 \text{ miljoen} = € 3 \text{ miljard}$

c De prijs die een aanbieder op deze markt zal ontvangen = de marktprijs = € 20. Bij volkomen concurrentie bepaalt de markt de prijs: die is gegeven voor de individuele producent.

$$\mathbf{d} \quad \Delta \text{omzet} = p \times \Delta q = € 20 \times 1.000 \text{ kg} = € 20.000.$$

Examenvoorbereiding

Uit: havo eindexamen, 2013, 1^e tijdvak, opgave 1, vraag 1 t/m 3

1 *maximumscore 2*

bij (1) monopolie

bij (2) toe

bij (3) lagere

indien drie antwoorden juist 2

indien twee antwoorden juist 1

indien één of geen antwoord juist 0

2 *maximumscore 2*

MO = MK

MO midden is gelijk aan 1,5 bij $Q = 1,0 \rightarrow 1\,000$ broden

$p = -1 \div 2.000 \times 1.000 + 2,5 = €\,2$

3 *maximumscore 2*

$1.200 = -2.000P + 5.400 \rightarrow P = €\,2,10$

Verschil in omzet: $(1.200 \times 2,10) - (1.000 \times 2) = €\,520$

Uit: havo eindexamen, 2013, 1^e tijdvak, opgave 2, vraag 6 en 7.

6 *maximumscore 1*

‘Vanaf 1 april 2009 is de markt volledig vrij en heeft TNT-post (voorheen PTT Post) concurrentie van een beperkt aantal nieuwe toetreders zoals Sandd en Selekt Mail.’

7 *maximumscore 2*

Voorbeelden van een juist antwoord zijn:

- Een antwoord waaruit blijkt dat nieuwe toetreders hoge startkosten hebben en daarom tijdelijk ‘bevoordeeld’ mogen worden om de kans te krijgen rendabel te worden / break-even te realiseren.
- Een antwoord waaruit blijkt dat nieuwe toetreders, in tegenstelling tot TNT-post, nog geen infrastructuur hebben (kunnen opbouwen) voor dagelijkse postbezorging (inzameling, distributie en verspreiding) door heel Nederland.

Uit: havo eindexamen, 2021, 1^e tijdvak, opgave 1, vraag 1 en 2

1 *maximumscore 2*

bij (1) homogene

bij (2) volkomen concurrentie

bij (3) niet

indien drie antwoorden juist 2

indien twee antwoorden juist 1

indien één of geen antwoord juist 0

2 *maximumscore 1*

grafiek 1

Uit: havo eindexamen, 2024, 1^e tijdvak, opgave 2, vraag 6 en 7

7 *maximumscore 1*

Een voorbeeld van een juist antwoord is: Een helm is een complementair goed, omdat de helm en de speedpedelec tegelijkertijd worden gebruikt / omdat de helm verplicht is bij gebruik van de speedpedelec.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

8 *maximumscore 2*

bij (1) oligopolie, bij (2) heterogeen (1p)

bij (3) proportioneel (1p)

Hoofdstuk 2: Marktfalen

2.1 Consumenten- en producentensurplus

1

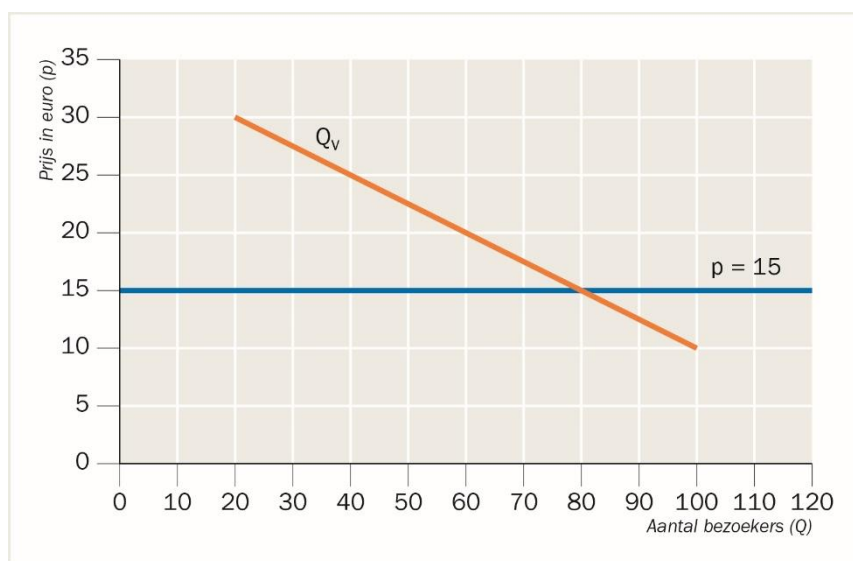
- a** Het consumentensurplus van Caitlin ($€ 40 - € 20$) en Hilde ($€ 30 - € 20$) = $€ 30$ samen.
- b** Steven gaat mee naar het concert als de prijs van het kaartje lager of gelijk is aan $€ 10$.
- c** Als de prijs van de concertkaartjes $€ 30$ wordt, is er sprake van een consumentensurplus bij Caitlin. De betalingsbereidheid van Caitlin is $€ 40$. Het surplus is dan $€ 10$ ($= € 40 - € 30$).

2

- a** Het consumentensurplus is dan: $2 \times (€ 350 - € 325) = € 50$
- b** Het consumentensurplus is dan: $2 \times (€ 350 - € 300) = € 100$
- c** De prijs in 2022 is $€ 255$ en in 2009 $€ 140$. $(€ 255 - € 140) \div € 140 \times 100\% = 82,1\%$. De ticketprijs is $82,1\%$ gestegen.
- d** Een prijsverhoging van festivalkaartjes zorgt voor een verschuiving op de vraagcurve. De prijs van het product zelf verandert en dan krijg je een ander punt op de vraaglijn.

3

a + b



- c** Kleiner. Als een parkeerkaartje $€ 2$ duurder wordt, zijn er minder bezoekers die $€ 17$ of meer willen betalen. Het consumentensurplus neemt af.

4

- a** De hotelkamer kost per persoon $€ 380 \div 4 = € 95$.
Consumentensurplus Inga = $€ 100 - € 95 = € 5$
Consumentensurplus Mai-Long = $€ 120 - € 95 = € 25$
Consumentensurplus Kiandra = $€ 125 - € 95 = € 30$
Consumentensurplus Noëlle = $€ 140 - € 95 = € 45$ +
Consumentensurplus totaal $€ 105$
- b** Bewering 1: onjuist
De hotelkamer gaat $€ 104$ per persoon kosten.
Consumentensurplus Mai-Long = $€ 120 - € 104 = € 16$
Consumentensurplus Kiandra = $€ 125 - € 104 = € 21$

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

Consumentensurplus Noëlle = € 140 – € 104 = € 36 + € 73

Consumentensurplus totaal

Het totale consumentensurplus is afgenomen.

Bewering 2: onjuist

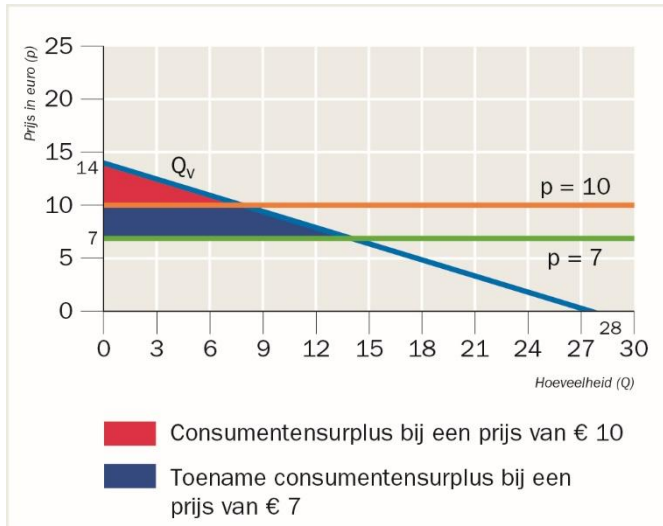
Inga is niet bereid om € 104 te betalen. De drie anderen zijn wel bereid om € 104 of meer te betalen. Misschien dat Inga zich schuldig voelt en daardoor bereid is de € 104 te betalen maar daarover is geen informatie.

Bewering 3: juist

De betalingsbereidheid is het maximale bedrag dat een consument wil betalen.

5

a + b + c



- d** De laatste zin slaat op het feit dat kledingprijzen bij Primark extreem laag zijn. Primark koopt zelf de kleding nog goedkoper in. Je kunt je dan afvragen hoe dat kan: lage lonen? Kinderarbeid? Slechte arbeidsomstandigheden?

6

- a** Het producentensurplus is het verschil tussen de laagste prijs waartegen de producent het product had willen verkopen en de marktprijs die hij uiteindelijk krijgt. Het producentensurplus kan gezien worden als welvaart voor de producent. De producent krijgt meer dan waarmee hij tevreden was geweest.
- b** Een beginnend webdesigner heeft een lager producentensurplus dan een ervaren webdesigner, omdat een beginnend webdesigner een lager bedrag per uur kan vragen dan een ervaren webdesigner. Een ervaren designer kan een hogere prijs per uur vragen, omdat hij efficiënter werkt en een hogere kwaliteit levert. Het verschil tussen het minimale tarief en de uiteindelijke prijs is bij een beginnend webdesigner kleiner.
- c** Raja moet proberen haar producten voor de hoogst mogelijke prijs te verkopen. Een hogere prijs zorgt voor een stijging van het producentensurplus en hierdoor stijgt de welvaart van de aanbieders.

7

- a** Het producentensurplus stijgt als de prijs stijgt van € 40 naar € 60, omdat dan het verschil tussen de minimale prijs die een producent accepteert en de uiteindelijke (markt)prijs met € 20 groter wordt.
- b** De aanbodlijn verloopt stijgend, omdat bij stijgende prijzen aanbieders meer winst kunnen maken. Bij stijgende prijzen zullen meer webdesigners bereid zijn hun diensten aan te bieden.

8

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

- a** Door stroomnetwerken met elkaar te koppelen kunnen producenten van elektriciteit met elkaar gaan concurreren. Wanneer stroom goedkoper kan worden opgewerkt in het buitenland, kan dat ook goedkoper in Nederland worden (en andersom). Dit kan alleen wanneer de verschillende stroomnetten aan elkaar gekoppeld zijn.
- b** Doordat het aanbod toeneemt, maar er niet meer stroom wordt gevraagd (de totale verhandelde hoeveelheid stroom verandert niet), zal de prijs van stroom dalen. Dit is goed voor consumenten, want het verschil tussen de betalingsbereidheid en de marktprijs wordt groter. Het consumentensurplus stijgt. Het producentensurplus daalt, omdat producenten nu minder geld verdienen.

9

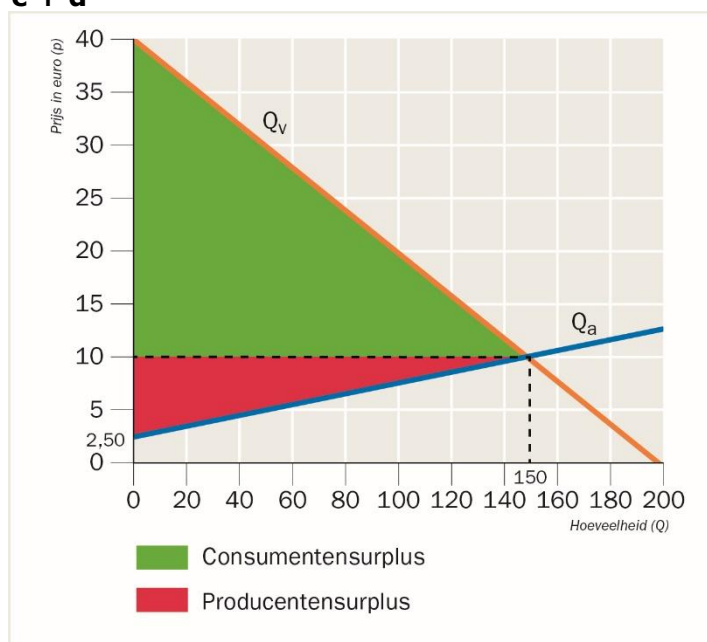
a $Q_a = Q_v \Rightarrow 20p - 50 = -5p + 200 \Rightarrow 25p = 250 \Rightarrow p = 250 \div 25 = 10$

$p = 10$ ter controle in Q_v én Q_a invullen:

$p = 10: Q_a = 20p - 50 = 20 \times 10 - 50 = 150$

$p = 10: Q_v = -5p + 200 = -5 \times 10 + 200 = 150$

b + c + d



- e** Als de prijs daalt, neemt het producentensurplus af, omdat het verschil tussen de minimale prijs die een producent accepteert (de aanbodlijn) en de (markt)prijs kleiner wordt.

10 1 = doelmatigheid, 2 = betalingsbereidheid, 3 = hoger of gelijk, 4 = meest.

11

- a** De meest efficiënte aanbieders bevinden zich op het 'onderste deel' van de aanbodcurve. Het stuk CE.
- b** Het consumentensurplus is het verschil tussen de betalingsbereidheid van een vrager en de prijs. Als de betalingsbereidheid gelijk is aan de prijs, is het consumentensurplus 0.
- c** De vragers die het product niet voor de marktprijs willen kopen, bevinden zich in het 'onderste deel' van de vraagcurve. Het stuk EB.
- d** Door een stijgende marktprijs zullen er meer aanbieders op de markt komen. Ook 'minder efficiënte' aanbieders (met een hogere kostprijs) op het stuk ED worden actief op de markt.
- e** Bij een stijgende marktprijs neemt het aantal vragers af. Er zijn minder vragers bereid die hogere prijs te betalen.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

12

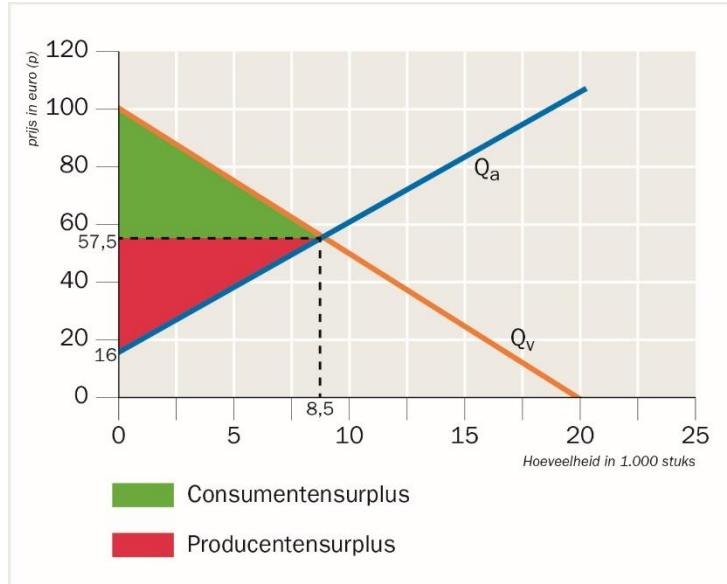
a + b + c

$$Q_a = Q_v \Rightarrow 0,2p - 3 = -0,2p + 20 \Rightarrow 0,4p = 23 \Rightarrow p = 23 \div 0,4 = 57,5$$

$p = € 57,5$ ter controle in Q_v én Q_a invullen:

$$p = 57,5: Q_a = 0,2p - 3 = 0,2 \times 57,5 - 3 = 8,5 (\times 1.000)$$

$$p = 57,5: Q_v = -0,2p + 20 = -0,2 \times 57,5 + 20 = 8,5 (\times 1.000)$$



13

- a** Je kunt aan de korting voor de tweede week, de seniorenkorting en de studententoeslag zien dat de aanbieder aan prijsdiscriminatie doet. Voor hetzelfde product gelden dan immers verschillende prijzen. Let op: de aanbieder van vakantiebungalows vraagt verschillende prijzen in verschillende perioden per jaar, maar dat is geen vorm van prijsdiscriminatie. Die andere prijzen gelden namelijk voor iedereen.
- b** Deze aanbieder past prijsdiscriminatie toe, omdat er veel deelmarkten met een verschillende betalingsbereidheid worden onderscheiden. Daardoor kan hij op de ene deelmarkt (bijvoorbeeld de markt van studenten) een hogere prijs vragen dan op de andere deelmarkt. De winst wordt door het toepassen van prijsdiscriminatie hoger.
- c** Voor de deelmarkt 'studenten' vraag deze aanbieder een toeslag.
- d** De aanbieder kan een hogere prijs vragen op deze deelmarkt, omdat de vragers dan een hogere betalingsbereidheid hebben. Blijkbaar zijn studenten bereid om een toeslag te betalen wanneer ze met elkaar een weekje in een vakantiebungalow kunnen zitten.
- e** De aanbieder vergroot door prijsdiscriminatie zijn producentensurplus ten koste van het surplus van consumenten.

14

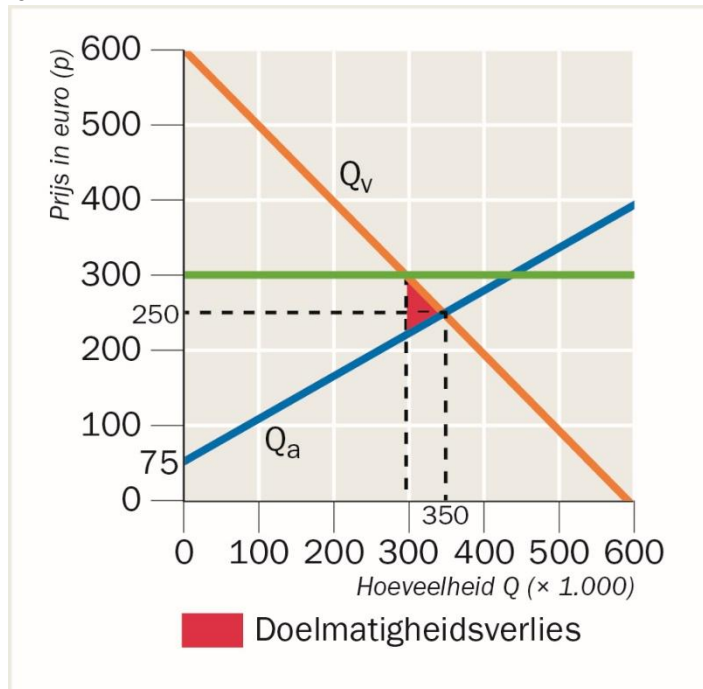
- a** $Q_a = Q_v \Rightarrow 10p - 1.100 = -20p + 8.000 \Rightarrow 30p = 9.100 \Rightarrow p = 9.100 \div 30 = 303,33$
 $p = € 303,33$ ter controle in Q_v én Q_a invullen:
 $p = 303,33: Q_a = 10p - 1.100 = 10 \times 303,33 - 1.100 = 193.330$
 $p = 303,33: Q_v = -20p + 8.000 = -20 \times 303,33 + 8.000 = 193.330$
- b** Het consumentensurplus wordt kleiner. De prijs was voorheen € 300. De prijs is nu hoger geworden, waardoor het consumentensurplus is afgenomen.
- c** Opbrengst van de verwijderingsbijdrage = € $10 \times 193.330 = € 1.933.300$
- d** De doelmatigheid van de markt is afgenomen door de invoering van de verwijderingsbijdrage, omdat nu zowel het consumentensurplus als het producentensurplus is afgenomen. Een deel van de verwijderingsbijdrage wordt door de consument betaald, een deel door de producent. Hierdoor zijn het consumenten-

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

en producentensurplus niet maximaal.

15

a + b



c Evenwichtsprijs en hoeveelheid in oude situatie:

$$Q_a = Q_v \Rightarrow 2p - 150 = -p + 600 \Rightarrow 3p = 750 \Rightarrow p = 750 \div 3 = 250$$

$p = \text{€ } 250$ ter controle in Q_v én Q_a invullen:

$$p = 250: Q_a = 2p - 150 = 2 \times 250 - 150 = 350 (\times 1.000) \text{ tickets}$$

$$p = 250: Q_v = -p + 600 = -1 \times 250 + 600 = 350 (\times 1.000) \text{ tickets.}$$

Omzet (oud) = $\text{€ } 250 \times 350.000 = \text{€ } 87,5$ miljoen

Nieuwe omzet wordt door de vraag bepaald. Immers, bij een prijs van $\text{€ } 300$ haakt een aantal vragers af, waardoor niet meer de evenwichtshoeveelheid wordt behaald. Zie de figuur: je ziet dat de prijs van $\text{€ } 300$ de vraaglijn eerder snijdt dan de aanbodlijn. Er is dus minder vraag dan aanbod.

$p = \text{€ } 300$ in Q_v invullen:

$$p = 300: Q_v = -p + 600 = -1 \times 300 + 600 = 300 (\times 1.000)$$

Omzet (nieuw) = $\text{€ } 300 \times 300.000 = \text{€ } 90$ miljoen

d Zie gearceerde driehoek.

16

a Een monopolist kan makkelijker zijn producentensurplus vergroten dan een ondernemer die opereert op een markt van monopolistische concurrentie, omdat de monopolist de prijs volledig zelf bepaalt. Verhogen van de prijs maakt het producentensurplus groter. Bij monopolistische concurrentie moet de aanbieder rekening houden met de prijzen van concurrerende producten. Hierdoor is het minder makkelijk om het producentensurplus te vergroten.

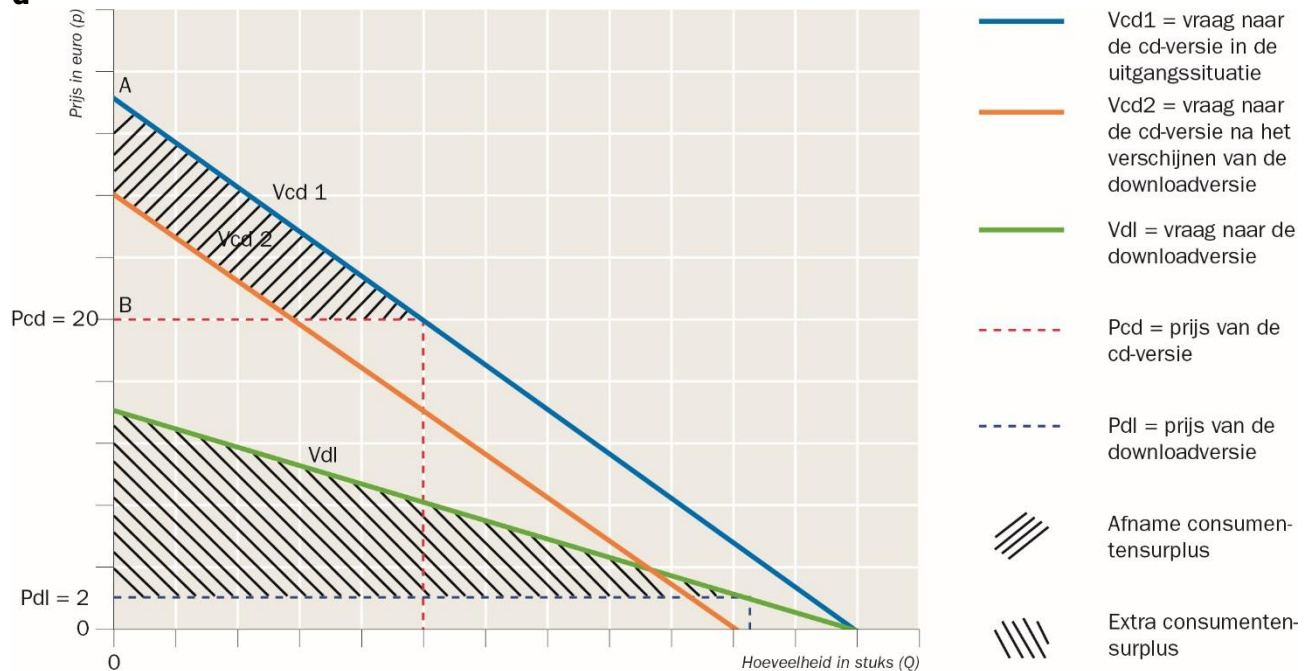
b De prijs van bijvoorbeeld een PlayStation/Xbox/Nintendo is bij de introductie hoger dan een tijd daarna. De klanten met de hoogste betalingsbereidheid worden het eerst bediend. Door de hoge prijs is het consumentensurplus van deze eerste kopers klein. Later zakken de prijzen. Door de lagere prijs wordt een nieuwe groep consumenten bediend, die een lagere betalingsbereidheid hadden. Het consumentensurplus wordt op deze manier afgeroomd.

Integratieopdracht

17

- a** 1 = substitueerbaar voor, 2 = stijging, 3 = de gemiddelde prijs van het album daalt, 4 = meer prijselastisch
- b** Het gratis laten downloaden kan voor meer naamsbekendheid zorgen, hetgeen via andere kanalen (bijvoorbeeld meer en grotere concerten, vaker op de radio, merchandise) tot meer inkomsten kan leiden. Nu en in de toekomst (bij een volgend platencontract).

c + d



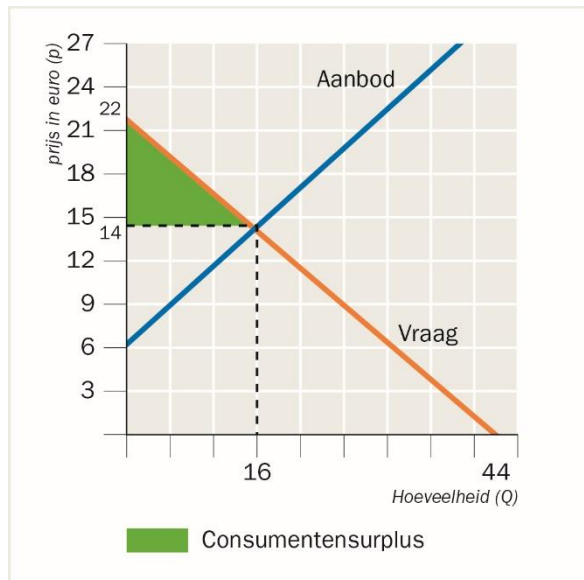
Herhalingsopdrachten

1

- a** Het consumentensurplus is het verschil tussen het bedrag dat een vrager maximaal bereid is te betalen en de prijs die voor een product uiteindelijk wordt betaald (marktprijs).
- b**
- 1 De marktprijs van een product daalt: het consumentensurplus stijgt, omdat het verschil tussen wat de vrager maximaal bereid is te betalen en de prijs die voor een product wordt betaald groter wordt.
 - 2 De betalingsbereidheid voor een product neemt toe: het consumentensurplus stijgt, omdat het verschil tussen wat de vrager maximaal bereid is te betalen en de prijs die voor een product wordt betaald groter wordt.
 - 3 Door nieuwe productiemethoden schuift de aanbodlijn voor een bepaald product naar rechts: het consumentensurplus stijgt. Als het aanbod stijgt en de vraaglijn hetzelfde blijft, daalt de prijs. Het verschil tussen wat de vrager maximaal bereid is te betalen en de prijs die voor een product wordt betaald wordt daarmee groter.
- c** Een consument wil zijn consumentensurplus maximaliseren, omdat het consumentensurplus het verschil tussen wat de consument wil betalen en wat de consument betaalt. Hoe groter dit verschil hoe groter het voordeel voor de consument is.

2

a



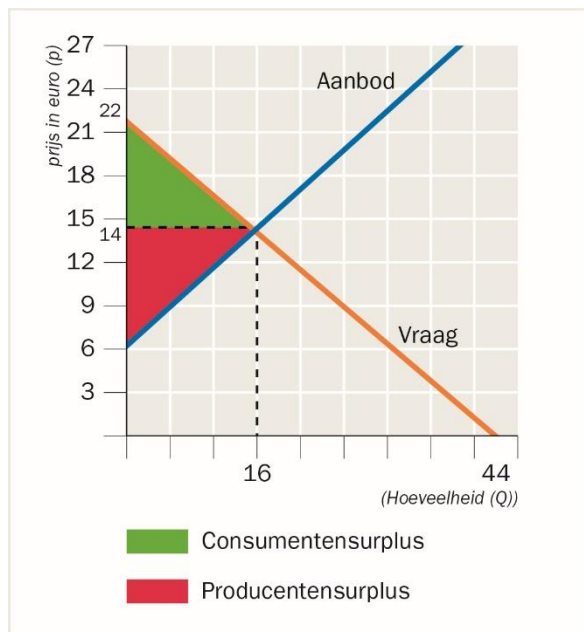
- b** Als de marktprijs stijgt naar € 18, verandert de betalingsbereidheid niet. Er zullen door de prijsverhoging minder vragers zijn. Er zijn bij een prijs van € 18 minder vragers waarvan de betalingsbereidheid groter of gelijk is aan een prijs van € 18.
- c** Het consumentensurplus neemt af (omdat een deel van de consumenten de prijs van € 18 te hoog vindt en daarom niet bediend zal worden op deze markt).

3

- a** Het producentensurplus wordt onder andere bepaald door de kosten van de producent, omdat de aanbodlijn naar links schuift als de productiekosten stijgen. De evenwichtsprijs stijgt en de evenwichtshoeveelheid daalt. De hogere prijs en de lagere afzet zorgen voor een afname van het producentensurplus. Omgekeerd, zal door dalende productiekosten de aanbodlijn naar rechts schuiven en de prijs laten dalen. De lagere prijs en de stijgende afzet zorgen voor een toename van het producentensurplus.
- b** Een producent wil het producentensurplus maximaliseren, omdat het producentensurplus het verschil aangeeft tussen wat daadwerkelijk ontvangen wordt en wat minimaal ontvangen moet worden. Hoe groter dit verschil, hoe groter het voordeel van de producent.
- c** Een situatie waarin een producent op korte termijn genoeg zal nemen met een lager producentensurplus is als hij weet dat de vraag op langere termijn gaat stijgen. Als de vraag stijgt, gaat de prijs bij gelijkblijvend aanbod omhoog en stijgt het producentensurplus.

4

- a** Zie figuur, rode vlak.



- b** Als de variabele productiekosten stijgen, schuift de aanbodlijn naar links. De productie wordt duurder en daarom wordt er minder geproduceerd. De evenwichtsprijs zal stijgen.
- c** Een hogere prijs zorgt voor minder afzet en daarmee voor een daling van het producentensurplus. Ook het consumentensurplus neemt af. Er wordt minder verkocht tegen een hogere prijs, waardoor voor consumenten en producenten de doelmatigheid afneemt.

5

- a** De prijs van een 3D-printers is – door de hoge ontwikkelingskosten – bij de introductie hoger dan een tijd daarna. De klanten met de hoogste betalingsbereidheid worden het eerst bediend. Later zakken de prijzen, het consumentensurplus wordt afgeroomd.
- b** Door de massale prijsdalingen daalt het producentensurplus, omdat de marktprijs steeds verder zakt en dus steeds dichterbij de minimale prijs gaat waartegen de producent het product nog verkoopt.
- c** Door de lagere prijzen wordt het voor nieuwe aanbieders moeilijker om hun (hoge) startinvesteringen terug te verdienen. De eerste aanbieders hebben nog kunnen profiteren van hogere prijzen. Nu nog investeren lijkt onverstandig, omdat het steeds moeilijker wordt om geld terug te verdienen en winst te maken.

Verrijkingsopdracht

1

- a** Er zullen nieuwe abonnees op de digitale variant bij zijn gekomen,
 - die eerder geen abonnement op een dagblad hadden;
 - die een papierplus-abonnement hadden op een ander dagblad;
 - door de opkomst van diverse datadragers als mobiel en tablet.
- b** I-J-L-M

2.2 De overheid grijpt in

18

- a** – Google heeft met zijn zoekmachine een groot marktaandeel en heeft daardoor veel marktmacht. Deze marktmacht leidt tot hogere prijzen (voor de adverteerders op Google in dit geval). Dit is een vorm van marktfalen, omdat de markt niet efficiënt werkt.
 - Bedrijven proberen zo min mogelijk kosten te maken. Als afvalstoffen zonder kosten geloosd mogen worden in de natuur (lucht, water, grond), worden deze kosten niet door bedrijven gevoeld en zullen prijzen lager zijn. De overheid moet extra kosten maken om de verminderde kwaliteit van lucht, water en grond weer te verbeteren. Dit is een vorm van een extern effect, want de prijs van de vervuiling wordt niet doorberekend in de prijzen.
 - Een zeedijk is een collectieve goed. Je kunt het namelijk niet via de markt verhandelen (er geen individuele prijs voor vragen), iedereen kan er tegelijkertijd gebruik van maken, niemand kan van het gebruik worden uitgesloten en het wordt door de overheid geproduceerd. De markt faalt dus in het produceren van dit 'product'.
- b** Niet alle gevolgen (effecten) van productie en consumptie worden in de marktprijs verwerkt. Zo is de vervuiling van het milieu als gevolg van een vervuilende productiemethode niet opgenomen in de prijs. Vaak kunnen bedrijven 'gratis' vervuilen.
- c** Als er sprake is van negatieve externe effecten, is de prijs te laag. Als bedrijven 'gratis' kunnen vervuilen, voelen zij deze kosten niet en berekenen dat ook niet door in de prijs. De milieukosten worden afgewenteld op de maatschappij.

19

- a** Een voorbeeld van een positief extern effect van de voetbalsport, is dat sporters gezonder zijn. Bewegen is goed voor de volksgezondheid. Lid zijn van een club heeft ook een sociaal aspect waardoor mensen beter in hun vel zitten. Dat kan de maatschappij (gezondheids)kosten besparen. Deze positieve effecten zijn niet verwerkt in de prijs van sporten (contributie of abonnement).
- b** Voetbal kan ook negatieve externe effecten hebben, zoals blessures en overlast door supporters. Dan kost het de maatschappij geld. De gevolgen hiervan zijn niet verwerkt in de prijs van sporten (contributie of abonnement).
- c** Externe effecten zijn vaak moeilijk meetbaar. Kijk naar bovenstaande voorbeelden: hoeveel gezonder worden mensen en welk bedrag besparen we dan in de gezondheidszorg? Die vragen zijn moeilijk te beantwoorden.

20

- a** Rechtspraak is een collectief goed, omdat (1) het door de overheid wordt geproduceerd, (2) het niet op te delen is in individuele eenheden, (3) burgers die er niet voor betalen niet van de voordelen van een rechtsstaat kunnen worden uitgesloten en (4) het gebruik door de een het gebruik door een ander niet in de weg staat.
- b** Het artikel geeft aan dat de minister een budget heeft. Ieder ministerie heeft een vooraf afgesproken budget voor collectieve goederen, dat wordt bepaald in de Eerste en Tweede Kamer.
- c** Als het ministerie van Veiligheid en Justitie minder geld beschikbaar stelt voor de rechtspraak, kunnen de rechters taken niet meer naar behoren vervullen. De kwaliteit van de rechtspraak neemt af. Dat is onwenselijk en dan zou je ook kunnen spreken van: 'de rechtsstaat komt in gevaar'.
- d** Hier is sprake van marktfalen, omdat de markt niet voor een goed functionerende rechtstaat kan zorgen. De overheid moet deze taak op zich nemen.

21

a + b

Tekening:

$$Q_a = Q_v$$

$$20p - 50 = -20p + 550 \Rightarrow 40p = 600 \Rightarrow p = 600 \div 40 = 15 \text{ eurocent}$$

$$p = 15 \text{ invullen: } Q_v = -20p + 550 = -20 \times 15 + 550 = 250 (\times 1.000) \text{ kg}$$

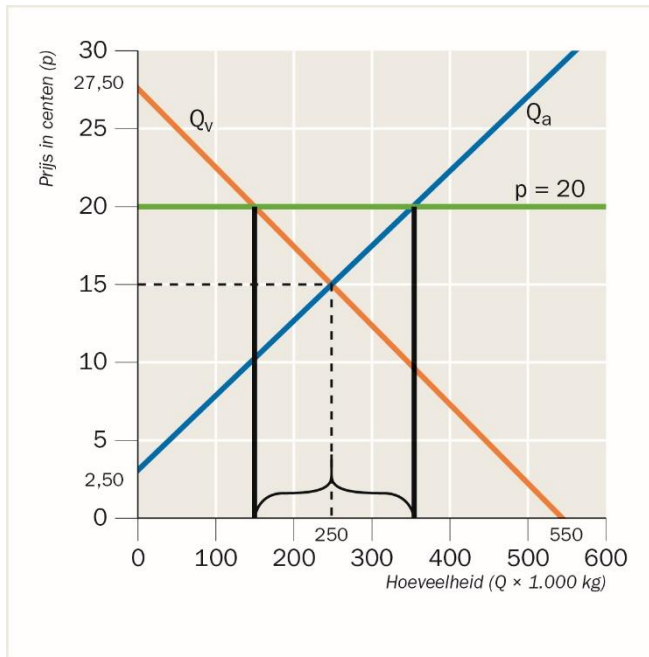
$$p = 15 \text{ invullen: } Q_a = 20p - 50 = 20 \times 15 - 50 = 250 (\times 1.000) \text{ kg}$$

Snijpunt van Q_a en Q_v : (250 ; 15). Door dit punt gaan beide lijnen.

Van elke lijn nog één willekeurig ander punt nodig. Bijvoorbeeld:

$$Q_a = 0: Q_a = 20p - 50 \Rightarrow 20p - 50 = 0 \Rightarrow p = 2,5 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 2,5)$$

$$Q_v = 0: Q_v = -20p + 550 \Rightarrow Q_v = -20p + 550 = 0 \Rightarrow p = 27,50 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 27,50)$$



c Zie grafiek

d De overheid moet het aanbodoverschot opkopen (uit de markt nemen) en hiervoor 20 cent per kg betalen.

e Het aanbod van aardappelen kan maximaal 150.000 kg zijn. Dit is het aantal kg dat wordt gevraagd bij een prijs van € 0,20. Een hoger aanbod zal niet verkocht worden.

22

a De aanbodlijn is naar links verschoven. Bij iedere prijs is er nu minder aanbod (te zien aan -250 in plaats van -50).

b Een mogelijke oorzaak is een misoogst. Door een misoogst is er bij iedere prijs minder aanbod van aardappelen.

$$Q_a = Q_v$$

$$20p - 250 = -20p + 550 \Rightarrow 40p = 800 \Rightarrow p = 800 \div 40 = 20 \text{ eurocent}$$

d Er is bij deze prijs geen aanbodoverschot meer, omdat de evenwichtsprijs gelijk is aan de minimumprijs.

23

a Een voordeel (voor de boeren) van het bereikte akkoord is dat ze 4 cent per liter meer voor hun melk ontvangen.

b Een nadeel voor consumenten is dat ze een hogere prijs voor melk moeten betalen. Het nadeel voor de overheid is dat het aanbodoverschot groter wordt; en dat de

kosten van het uit de markt nemen van het aanbodoverschot voor de overheid toenemen.

- c** Door het instellen van een productiequotum kan de overheid voorkomen dat het aanbodoverschot (te) groot wordt. De overheid hoeft dan minder geld uit te geven voor het uit de markt nemen van het overschot.
- d** De boeren krijgen tijdelijk 4 cent meer voor hun melk. Dit voorkomt dat ze verlies lijden. Om winst te maken moet de minimumprijs verder omhoog. Daarnaast zijn de boeren na december onzeker over de prijs die ze gaan krijgen. Daarom protesteren ze met wegblokkades.

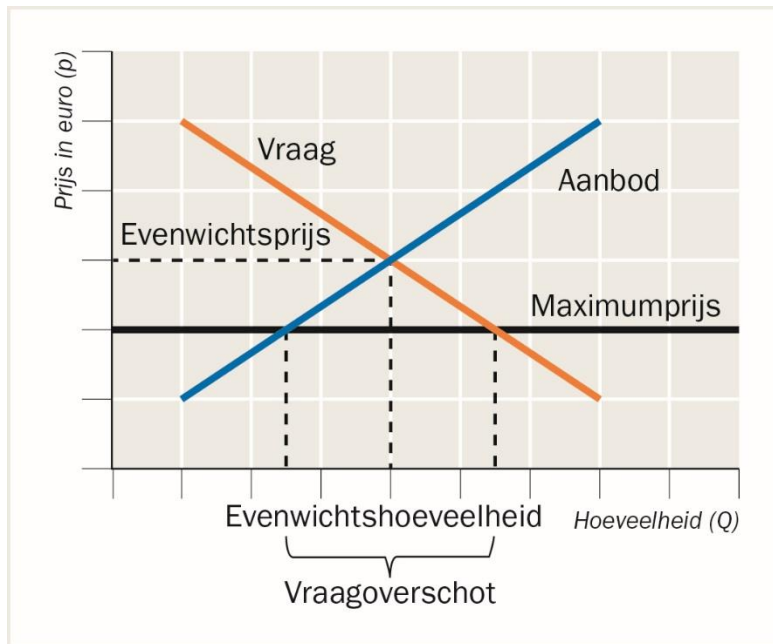
24

- a** Een maximumprijs houdt in dat het desbetreffende product niet boven deze maximumprijs mag worden verkocht. Als de evenwichtsprijs boven de maximumprijs uitkomt, geldt de maximumprijs. Als de evenwichtsprijs lager is dan de maximumprijs, geldt de lagere evenwichtsprijs. Hierdoor wordt de consument beschermd.
- b** Als de overheid een maximumprijs vaststelt moet de overheid ook een verdelingssysteem opzetten, omdat er een aanbodtekort ontstaat. Door het instellen van een maximumprijs ontstaat de situatie dat er meer vraag dan aanbod is. Dit noem je een aanbodtekort. Het geringe aanbod moet (zo eerlijk mogelijk) worden verdeeld over de vragers. Hiervoor moet de overheid een distributiesysteem opzetten.
- c** Op de markt voor huurwoningen kun je spreken van marktfalen, omdat de markt niet perfect werkt. Huurprijzen van huizen zijn veel te hoog. Ook bij huurwoningen kun je spreken van een aanbodtekort: de vraag is groter dan het aanbod.

25

- a** $Q_a = Q_v$
 $0,1p = -0,1p + 200 \Rightarrow 0,2p = 200 \Rightarrow p = 200 \div 0,2 = \text{€ } 1.000$
 $p = 1.000$ invullen: $Q_v = -0,1p + 200 = -0,1 \times 1.000 + 200 = 100$ ($\times 1.000$ stuks)
 $p = 1.000$ invullen: $Q_a = 0,1p = 0,1 \times 1.000 = 100$ ($\times 1.000$ stuks). Dus $Q_a = Q_v$.
- b** Omzet in de evenwichtssituatie = $p \times q = \text{€ } 1.000 \times 100.000 = \text{€ } 100$ miljoen.
- c** Er ontstaat een vraagoverschot. De huurprijs van € 800 per woning ligt onder de evenwichtsprijs. Er worden bij deze lage prijs meer huurwoningen gevraagd dan er worden aangeboden.
- d** De overheid moet ervoor zorgen dat het te kleine aanbod aan huurwoningen op een bepaalde manier verdeeld wordt over de vragers. Bijvoorbeeld door een wachtlijst in te stellen.

26



27

- a** Concurrentie is belangrijk voor een goede marktwerking, omdat concurrentie bedrijven scherp houdt en ze zo efficiënt mogelijk laat produceren. Op deze manier blijven bedrijven innoveren om winst te maken en worden producten tegen een scherpe prijs aangeboden. Wanneer er weinig concurrentie zou zijn, kan een bedrijf zelf een prijs bepalen waardoor een deel van het consumentensurplus wordt ingenomen.
- b** Wanneer er weinig marktwerking is, zijn het consumenten- en producentensurplus samen niet maximaal. Door bijvoorbeeld weinig concurrentie is de prijs hoger dan de evenwichtsprijs op de markt, waardoor het consumentensurplus kleiner is (en het totale surplus ook niet maximaal is). Je spreekt dan niet van maximale doelmatigheid.
- c** De concurrentie wordt beperkt bij een monopolie (want dan is er maar één dominante aanbieder, dus amper concurrentie) en bij een oligopolie (want dan is er maar een beperkt aantal aanbieders, dus weinig concurrentie).

28

- a** Bedrijven maken kartelafspraken om de onderlinge concurrentie te beperken, en daarmee hun winsten te verhogen.
- b** Een bedrijf overtreedt de Mededingingswet als het verhindert dat andere bedrijven ook op de markt actief worden, omdat vrije toetreding mogelijk moet zijn. De ACM wil hiermee voorkomen dat er ongewenste machtsposities ontstaan, waardoor de consument een te hoge prijs betaalt voor de desbetreffende producten.
- c** De Europese wetgeving is op dit kartel niet van toepassing, omdat het om afspraken gaat die op de Nederlandse markt spelen. Als er sprake is van afspraken die de handel tussen lidstaten kan beperken, kan ook de Europese Commissie boetes opleggen.

29

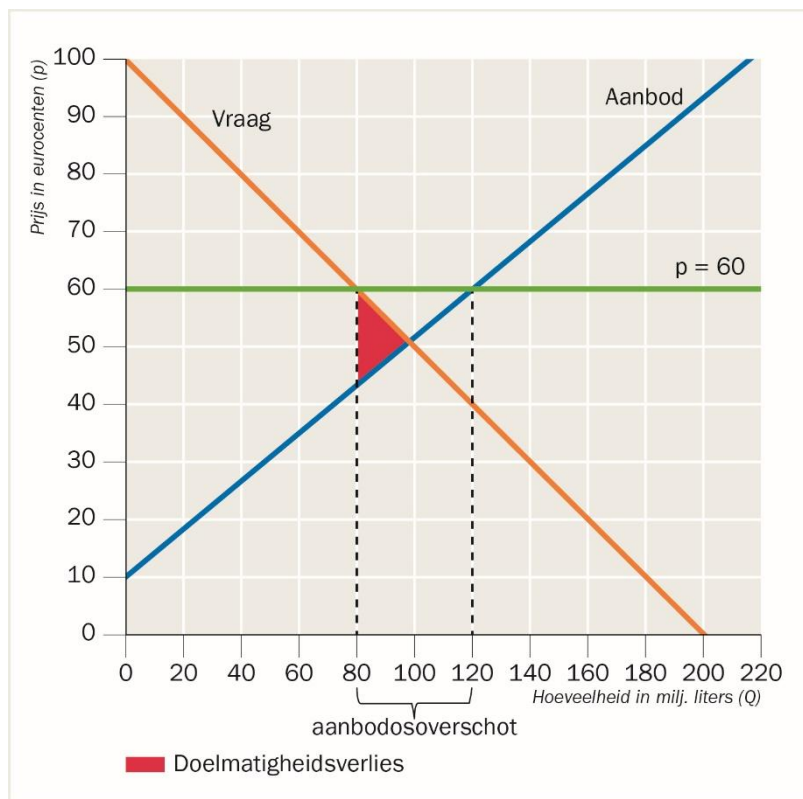
- a** Een bank verdient geld met het verstrekken van leningen. De rente die ontvangen wordt, is de opbrengst. Als de opbrengsten de kosten overtreffen, maakt een bank winst. Hoe hoger de opbrengst, hoe groter de winst. Santander kan meer verdienen

- op hoge leningen, want dan zijn de rente-inkomsten ook hoger.
- b** De AFM neemt het de bank kwalijk dat ze zich langere tijd (structureel) niet aan de regels heeft gehouden voor een verantwoorde kredietverstrekking. De bank gaf te makkelijk krediet, waardoor consumenten in de problemen kwamen en hun vaste lasten niet meer konden betalen.
 - c** Met een gelijk speelveld wordt bedoeld dat de regels waar banken en andere kredietverstrekkers aan moeten voldoen, hetzelfde zijn. Als een bank daarvan afwijkt, ontstaat er oneerlijke concurrentie. Banken kunnen zo een oneigenlijk voordeel behalen.

Integratieopdracht

30

- a** Totale marktomzet in het evenwicht = $p \times q = € 0,50 \times 100 \text{ miljoen} = € 50 \text{ miljoen}$.
- b** De overheid stelt een prijs in van 60 eurocent, die is hoger dan de evenwichtsprijs van 50 eurocent. Hier is dan sprake van een minimumprijs. Onder de 60 eurocent mag het product niet worden verkocht. Hiermee wordt de producent beschermd.
- c** Zie grafiek onder vraag e.
- d** De overheid moet het aanbodoverschot opkopen. Doet de overheid dat niet, dan blijven aanbieders met het overschot zitten en worden de aanbieders uiteindelijk niet geholpen.
- e** Het vaststellen van de prijs door de overheid levert minder doelmatigheid op. De consumenten kopen nu minder yoghurt tegen een hogere prijs. Het consumentensurplus daalt. Het producentensurplus stijgt, omdat producenten meer kunnen produceren tegen een hogere prijs. De daling van het consumentensurplus is groter dan de stijging van het producentensurplus. Per saldo neemt de doelmatigheid af.



Herhalingsopdrachten

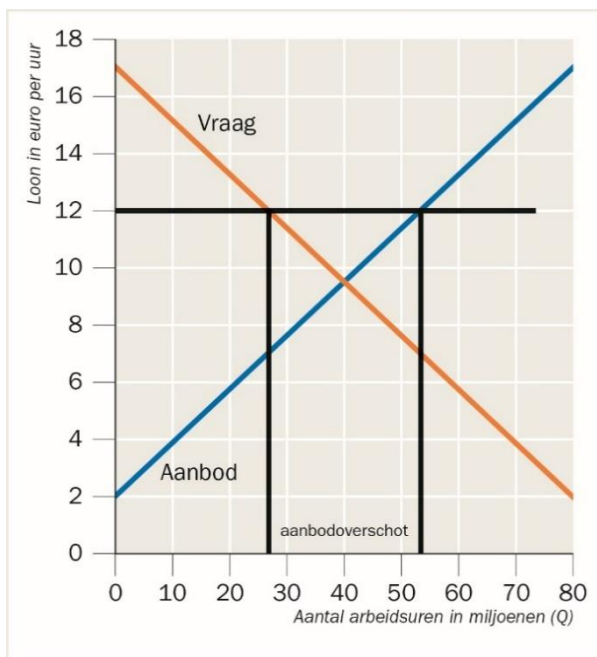
Alle katernen en antwoordenboekjes goed **BEWAREN** totdat je geslaagd bent.

1

- a** Een negatief extern effect van het verbruik van benzine, is milieuvervuiling. De CO₂-uitstoot is schadelijk voor het milieu. De gevolgen van deze schadelijke uitstoot zijn niet verwerkt in de prijs van benzine.
- b** Door een extra belastingheffing per liter kan de overheid de negatieve externe effecten in de prijs van benzine verwerken. Met dat systeem betaalt de vervuiler naar rato van zijn bijdrage aan de vervuiling. Hoe meer benzine je verbruikt, hoe meer belasting je moet betalen.
- c** De groene lijn is de vraagcurve (die is altijd dalend). De oranje lijn is de aanbodcurve vóór de verrekening van de negatieve externe effecten, de blauwe de aanbodcurve na verrekening van externe effecten. Immers, door het verrekenen van de externe effecten worden de producten bij ieder aanbod duurder door de extra belastingheffing. Het gevolg is dat bij iedere prijs het aanbod daalt.
- d** De evenwichtsprijs stijgt.
- e** Er is sprake van marktfalen, omdat de markt nu niet meer efficiënt werkt. Het consumentensurplus is gedaald, omdat er een hogere prijs betaald moet worden. Het producentensurplus stijgt wat, maar per saldo daalt het totale surplus.

2

- a** Door een minimumloon worden de werknemers (de aanbieders van arbeid) beschermd. De bedrijven (de vragers naar arbeid) moeten een hoger loon betalen dan het evenwichtsaloon op de markt.
- b** Zie tekening.
- c** Zie tekening. Er ontstaat een aanbodoverschot. Er is meer aanbod van arbeid dan vraag naar arbeid.
- d** Een aanbodoverschot op de arbeidsmarkt betekent dat een deel van de werknemers geen baan kan krijgen en werkloos wordt. Zij profiteren niet van het minimumloon.



3

- a** Een maximumprijs ligt onder de evenwichtsprijs, omdat de evenwichtsprijs te hoog is volgens de overheid. De prijs van een product of dienst mag maximaal de maximumprijs zijn, en niet daarboven. Een maximumprijs ligt altijd onder de evenwichtsprijs.
- b** Met een maximumprijs worden de consumenten beschermd. De prijs ligt boven de evenwichtsprijs die op de markt wordt bepaald. Deze prijs is volgens de overheid te hoog en daarom stelt zij een lagere maximumprijs in.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

- c** Ja, dit is hetzelfde. Een aanbodtekort wil zeggen dat het aanbod kleiner is dan de vraag naar het product of de dienst. Je kunt ook zeggen dat er te veel vraag naar het product of de dienst is, een vraagoverschot.

4

- a** De ACM (Autoriteit Consument en Markt) houdt toezicht op de Mededingingswet.
b De Mededingingswet ziet erop toe dat er voldoende concurrentie op markten is en dat kartelafspraken of andere afspraken tussen bedrijven bemoeilijkt worden.

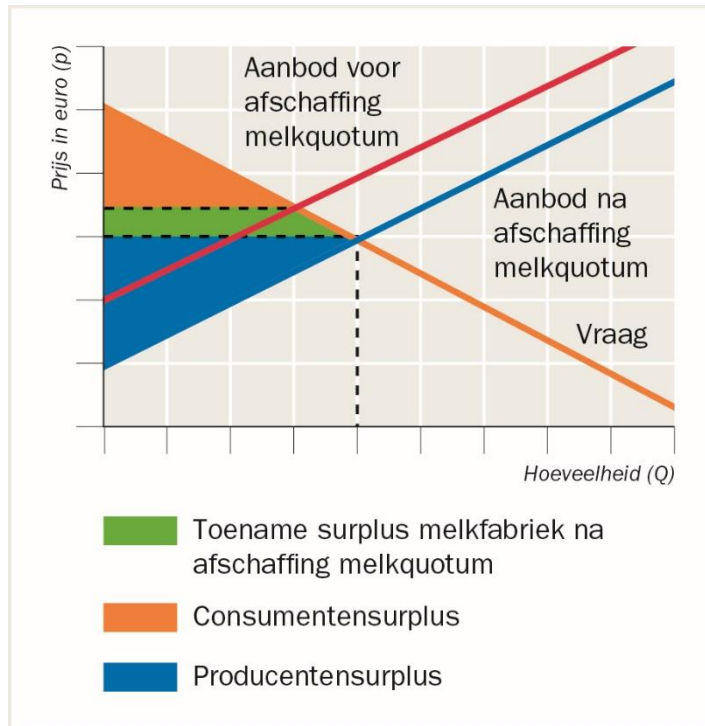
c

Situatie	Overtreding: <i>ja / nee</i>	Toelichting
Een bedrijf in Groningen spreekt met de concurrent in Eindhoven af de markt te verdelen in twee regio's en elkaar op deze markt niet voor de voeten te lopen.	Ja	Dit zijn afspraken gericht op het beperken van de onderlinge concurrentie (waardoor hogere prijzen gevraagd kunnen worden).
Melkfabriek Campina besluit om aan de melkveehouders een hogere prijs voor melk te betalen.	Nee	Dit is geen afspraak tussen bedrijven. Het zijn afspraken tussen afnemer en leverancier.
Twee grote keukenproducenten spreken af om voortaan geen kortingen op keukens meer te geven.	Ja	Dit zijn prijsafspraken tussen concurrenten. Die verminderen de concurrentie.
Verzekeringsmaatschappij Garantiepolis besluit om de premies voor het verzekeren van een fiets alleen in Utrecht te verhogen.	Nee	Dit is geen afspraak tussen bedrijven. Het is een afspraak tussen de verzekeringsmaatschappij en de verzekerden, niet tussen concurrenten.
De drie grootste uitgevers van dagbladen besluiten om de hogere inkoopprijs voor krantenpapier per 1 januari door te bereken in de prijs van een abonnement.	Ja	Dit is een afspraak tussen bedrijven om de onderlinge concurrentie te verminderen.

Verrijkingsopdracht

1

a + b



- c** De melkfabriek is de vrager naar melk, door de afschaffing van het melkquotum kan de melkfabriek de melk goedkoper inkopen en stijgt het (consumenten)surplus van de melkfabriek.
- d** Door de afschaffing van het melkquotum heeft de supermarkt zijn surplus het meest kunnen verhogen. Dat blijkt uit de zin: 'Sinds de afschaffing van het melkquotum in het voorjaar van 2015 daalde de melkprijs bij de boer met 20% en die van halfvolle melk in de schappen met 7,4%.' De welvaart van boeren daalt met 20%, ten gunste van de consument (+7,4) en de supermarkten. De supermarkten profiteren het meeste: $20\% - 7,4\% = +12,6\%$
- e** De afschaffing van het melkquotum heeft een verbetering van de doelmatigheid tot gevolg gehad, omdat er meer melk tegen een lagere prijs geproduceerd wordt.

2.3 De overheid stuurt

31

- a** De productiekosten van een liter benzine zijn $23,5\% \times € 1,95 = € 0,458$ afgerond € 0,46.
- b** Btw en accijns gaan naar de overheid. Dat is $(17,3\% + 47,7\%) = 65\%$; $0,65 \times € 1,95 = € 1,2675$ afgerond € 1,27.
- c** Het gegeven btw bedrag is 'als aandeel van de totale pompprijs'. De pompprijs is inclusief 21%. Dus $€ 1,95 = 121\% \Rightarrow 1\% = € 1,95 \div 121 \times 100 = 1,61157$. Dit is de prijs exclusief btw. Check: $0,21 \times € 1,61157 = € 0,33843$. Dit is de btw. $€ 1,61157 + € 0,33843 = € 1,95$. Maar de btw als percentage van het totaalbedrag ($€ 0,33843 \div € 1,95 \times 100\%$) is 17,3%.

32

- a** p_1 = de nieuwe consumentenprijs na accijnsheffing. Dit is de prijs die consumenten nu voor het vliegticket betalen.
 p_s = de prijs na accijns die de aanbieders (suppliers) ontvangen = $p_1 - \text{accijns}$.
- b** Het verschil tussen Q_1 en Q_e is de daling van de verkochte hoeveelheid als gevolg

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

van de accijnsheffing. Door de hogere prijs gaan consumenten minder vliegtickets kopen.

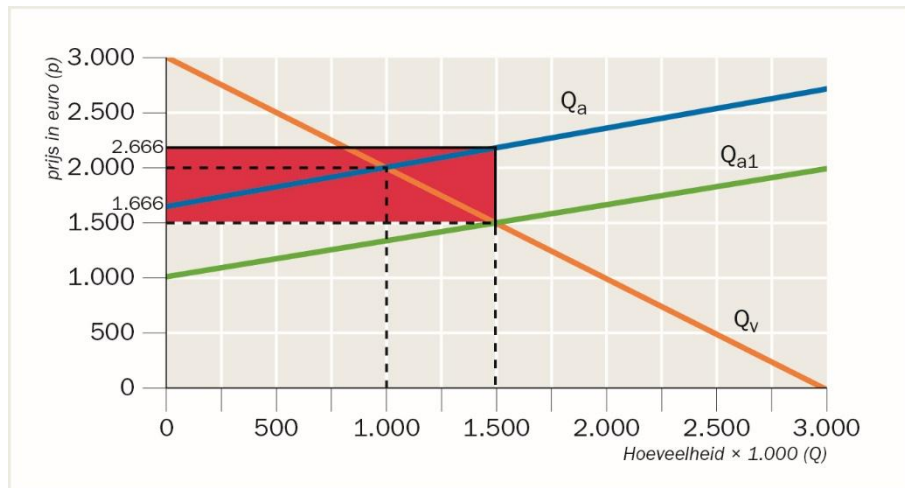
- c** De rode driehoek geeft de totale daling van de doelmatigheid in de markt weer als gevolg van de accijnsheffing.

33

- a** Door de heffing van accijns wordt vlees duurder. Consumenten zullen dan minder vlees (kunnen of willen) kopen.
b Het bedrag dat de overheid ontvangt zal toenemen. Het percentage van 9% wordt na de prijsverhoging over een hoger bedrag berekend.
c Het bedrag aan accijns dat de overheid per kilogram ontvangt zal gelijk blijven, omdat de accijnzen uit een vast bedrag per kilogram bestaan en geen percentage is.

34

- a** $Q_a = Q_v \Rightarrow 3p - 5.000 = -p + 3.000 \Rightarrow 4p = 8.000 \Rightarrow p = 8.000 \div 4 = \text{€ } 2.000$.
 $p = 2.000$ invullen: $Q_a = 3p - 5.000 = 3 \times 2.000 - 5.000 = 1.000$ ($\times 1000$) stuks.
 $p = 2.000$ invullen: $Q_v = -p + 3.000 = -2.000 + 3.000 = 1.000$ ($\times 1000$) stuks.
b Door het evenwichtspunt gaan beide lijnen: punt (1.000 ; 2.000).
 $Q_a = 0$ invullen: $Q_a = 3p - 5000 = 0 \Rightarrow p = 1.666 \Rightarrow$ punt: (0 ; 1.666).
 $Q_v = 0$ invullen: $Q_v = -p + 3000 = 0 \Rightarrow p = 3.000 \Rightarrow$ punt: (0 ; 3.000).



- c** Zie tekening.
d Zie tekening. De overheid betaalt de oppervlakte van de rode rechthoek.

35

- a** Een subsidie verstrekken kost heel veel geld en het leidt niet altijd tot het gewenste effect. In dit geval neemt het energieverbruik niet af. Wat wel de bedoeling was van de subsidie.
b Het belonen van goed gedrag heeft meer effect dan straffen van slecht gedrag. Het is een positievere insteek, waardoor politici als meer positief te boek staan. Dit kan goed zijn voor het imago van de politici.
c Een andere maatregel om woningen te verduurzamen, is bijvoorbeeld om bouwbesluiten voor nieuwe woningen aan te scherpen, zodat er strenge duurzaamheidsregels gelden voor nieuwbouw. Een mogelijke andere maatregel: belasting heffen op huizen met een laag energielabel, om zo de bewoners te stimuleren hun huis te isoleren.

36

- a** Als de overheid subsidie geeft, verschuift de aanbodlijn van elektrische oplaadpunten naar rechts. Bij iedere prijs komt er meer aanbod door de subsidie.
- b** De overheid verstoort de markt door het geven van subsidies, omdat er dan een andere prijs tot stand komt dan de evenwichtsprijs die bij pure marktwerking zou ontstaan. De vraag op de markt wordt door deze ingreep van de overheid hoger.
- c** De overheid kiest voor deze marktverstoring, omdat de overheid verbetering van het milieu als doel heeft. Meer elektrische auto's zorgen voor minder CO₂-uitstoot. Door meer laadpunten te maken, vergroot je de kans dat steeds meer automobilisten voor een elektrische auto kiezen in plaats van een benzine- of dieselauto.

37

- a** Een octrooi leidt tot een tijdelijk monopolie, omdat het je nieuwe idee beschermt tegen namaak en kopieën. Het is voor de concurrentie dan onmogelijk te profiteren. Het tijdelijke zit in het feit dat een octrooi na uiterlijk twintig jaar verloopt.
- b** De overheid stimuleert innovaties om de concurrentiekracht van het bedrijfsleven te bevorderen. Bedrijven die investeren in innovaties willen de kosten die ze hiervoor maken terugverdienen. De overheid maakt dit via octrooien mogelijk, omdat ze vindt dat innovaties het algemeen belang dienen. Een octrooi beschermt bedrijven tegen directe concurrenten en biedt de mogelijkheid om de investeringen terug te verdienen. Dit voordeel weegt voor de overheid op tegen het nadeel van de hogere prijzen van een monopolist.
- c** Een octrooi is nadelig, maar ook voordelig voor de consument. Door het octrooi wordt het nieuwe product (tijdelijk) duurder. Maar de consument is ook gebaat bij innovatie. Nieuwe en betere producten voorzien in behoeften van de consument.

38

- a** Een reden waarom je een octrooi zou aanvragen, is dat je mogelijk veel geld en tijd gestoken hebt in een innovatief en nieuw product. Als je je idee dan niet vastlegt in een octrooi, loop je het risico dat concurrenten met je idee aan de haal gaan. In dat geval verdien je de ontwikkelkosten en investeringen niet meer terug.
- b** Het aanvragen van een octrooi kan best een flink bedrag kosten, omdat je ook daadwerkelijk een nieuw idee/prototype moet hebben. De octrooi-organisatie moet onderzoeken of het idee/prototype nog niet bestaat. De kosten van dit onderzoek moet de octrooiaanvrager (gedeeltelijk) betalen.
- c** Er moet sprake zijn van industriële toepasbaarheid, omdat het geen zin heeft een octrooi te hebben op iets wat niet produceerbaar is.

39

- a** Radar vindt de medicijnen te duur, omdat door het handig gebruikmaken van octrooien farmaceuten hoge prijzen ('tot wel 80% hoger') kunnen vragen voor de medicijnen waarop ze een octrooi hebben. Octrooien voorkomen onderlinge concurrentie, waardoor er geen vrijemarktwerking is en er te hoge prijzen ontstaan.
- b** Een argument tegen de stelling van Radar is dat de uitvinders van de medicijnen heel hoge kosten hebben gemaakt voordat ze het medicijn op de markt kunnen brengen. Het octrooi en de hoge prijzen zijn nodig om de investeringskosten terug te kunnen verdienen. Zonder octrooi zouden ze verlies maken op het medicijn. Concurrenten kunnen zonder ontwikkelingskosten het medicijn namaken en wel winst maken.
- c** Zonder octrooien zouden er minder nieuwe geneesmiddelen op de markt komen, omdat bedrijven onderzoek en investeringen willen terugverdienen. Zonder octrooirecht beginnen ze niet aan de ontwikkeling, omdat de mogelijke opbrengsten te onzeker zijn.

Integratieopdracht

40

- a** Door invoering van accijns op vet kunnen de negatieve externe effecten van de

consumptie van verzadigde vetten afnemen, want:

- Door invoering van accijns op de consumptie van verzadigde vetten worden de maatschappelijke kosten (zoals kosten van behandeling van hart- en vaatziekten die de eigen bijdrage van de patiënt te boven gaan, deels) doorberekend aan de gebruiker.

Of:

- Door de accijns wordt de consumptie van verzadigde vetten duurder, waardoor de vraag afneemt en de maatschappelijke kosten (rond de behandeling van hart- en vaatziekten) verminderen.

b Berekening nieuwe evenwichtsprijs: $2p - 8 = -p + 8 \Rightarrow p = 5,33$.

Nieuwe evenwichtshoeveelheid: $Q = -5,33 + 8 \Rightarrow Q = 2,67$.

Procentuele afname: $(2,67 - 4) \div 4 \times 100\% = 33,3\%$ (afgerond). De doelstelling wordt dus bereikt.

c In grafiek 4 geeft het rode vlak de omvang van de accijnsopbrengst voor de Deense overheid juist weer.

d Dit kan door subsidie te geven op substituten voor boter, zoals margarine en plantaardige oliën.

Herhalingsopdrachten

1

a t/m d

Nummer	Letter(s)
1	A
2	A ₁
3	OC
4	VC
5	OA
6	VA
7	Q _e
8	Q ₁

2

a De overheid gebruikt liever subsidies als instrument om te sturen dan accijnzen, omdat subsidies populairder zijn bij de kiezers dan heffingen. Politici willen bij de verkiezingen niet afgerekend worden op hun beleid. Met heffingen loop je het risico dat er niet meer op je wordt gestemd. Daarnaast werkt belonen soms beter dan straffen, er gaat een positieve werking van uit.

b De € 6 miljard aan subsidies hebben volgens staatssecretaris geen milieuwinst opgeleverd. Als er door de subsidie veel schone elektrische auto's bijkomen, maar tegelijkertijd op andere plekken extra veel vervuilende auto's worden verkocht, levert het per saldo geen milieuwinst op.

c

- De kopers van hybride en elektrische auto's. Ze hebben deze auto's goedkoper kunnen kopen.
- De autofabrikanten. Ze hebben meer elektrische auto's kunnen verkopen.
- Werknemers. De extra verkochte auto's hebben extra banen opgeleverd in de auto-industrie.

3 De overheid heeft er geen bezwaar tegen dat een bedrijf een monopoliepositie krijgt door middel van een octrooi, omdat dat bedrijf voor innovatie en werkgelegenheid zorgt. Zonder octrooirecht zouden bedrijven terughoudender zijn en minder innoveren. Dat zou voor de economische groei niet goed zijn. Winstgevendheid wordt door een octrooi zekerder.

b Het verlopen van het octrooi kan schade opleveren voor LEGO, omdat vanaf dat moment concurrenten LEGO mogen gaan namaken. De schade is dan een daling van de afzet en winst.

c Het verlopen van het octrooi kan ook schade voor de consument opleveren, als LEGO

Alle katernen en antwoordenboekjes goed **BEWAREN** totdat je geslaagd bent.

de concurrentie aangaat door kosten te besparen. Dit kan ten koste gaan van de kwaliteit. De consument koopt dan LEGO die minder degelijk is.

Verrijkingsopdracht

1

- a** Voorbeelden van relevante kenmerken met toelichting zijn:
- Er is sprake van prijszetting, want elke aanbieder bepaalt zelf de tarieven.
 - Er is sprake van een groot aantal aanbieders, want er zijn in het land ongeveer 9.000 tandartsen werkzaam.
 - Het geleverde product is heterogeen, want er is sprake van verschillende diensten/service/vertrouwensbanden tussen tandarts en klant.
- b** Een voorbeeld van een juist antwoord is:
- Door marktwerking (vrijgeven van de tarieven) ontstaat concurrentie tussen de aanbieders van tandzorg (de tandartsen), en
 - deze concurrentie zal leiden tot lagere prijzen, omdat de vrager van tandzorg (de patiënten) op zoek gaan naar goedkopere zorg (bij gelijke kwaliteit).
- c** Een voorbeeld van een juist antwoord is:
- Als de verzekeraar de kosten vergoedt, zal de vrager / de patiënt geen sterke prijsprikkel hebben / zal deze niet op zoek gaan naar de goedkoopste aanbieder, en
 - zal de aanbieder / de tandarts (als deze veel zorg levert aan patiënten met verzekering) geen sterke prikkel hebben om lagere tarieven/prijzen te hanteren.
- d** Een voorbeeld van een juist antwoord is:
- hogere prijzen
 - minder (concurrentie op) kwaliteit

2.4 Verplichte context: arbeidsmarkt

41

- a Er zijn meer scholieren van 17-18 jaar dan scholieren van 15-16 jaar die een baantje hebben, omdat veel jongeren pas als ze 17-18 jaar zijn een baantje van hun ouders mogen gaan zoeken. Ook loont een baantje op latere leeftijd wellicht meer, door het hogere salaris. Het kan ook zijn dat 15-16-jarigen nog geen zin hebben om te werken. Of dat school nog te veel van hun tijd vraagt.
- b Op havo bovenbouw hebben procentueel de meeste leerlingen een bijbaan. De havoleerlingen zijn gemiddeld ouder dan vmbo-leerlingen en vwo-leerlingen hebben misschien gemiddeld minder tijd om nog een baantje te hebben. Uiteraard kunnen ook andere argumenten bij deze vraag juist zijn.
- c Een ander voordeel van een bijbaan naast het verdienen van geld, is dat je al werkervaring opdoet: ervaren hoe het is om een taak te hebben en die met verantwoording te moeten uitvoeren.

42

Bewering	Juist/Onjuist	Toelichting
Alle mensen tussen 15 en 75 jaar horen bij de beroepsgeschikte bevolking.	Juist	Het CBS hanteert deze definitie.
Werklozen horen niet bij de beroepsbevolking.	Onjuist	Iedereen die beroepsgeschikt is én wil én kan werken, hoort bij de beroepsbevolking. Dus werkenden én werklozen.
Mensen die als zelfstandige werken, horen wel bij de beroepsbevolking.	Juist	Iedereen die beroepsgeschikt is én wil én kan werken, hoort bij de beroepsbevolking. Dus werkenden én werklozen.
De beroepsbevolking is gelijk aan de vraag naar arbeid.	Onjuist	De beroepsbevolking is het aanbod van arbeid.

43

- a In het vierde kwartaal van 2023 hoorden 13,37 miljoen mensen bij de beroepsgeschikte bevolking (bevolking tussen 15 en 75 jaar).
- b Het percentage van de Nederlandse bevolking dat bij de beroepsbevolking hoort is: $10,14 \text{ miljoen} \div 13,37 \text{ miljoen} \times 100\% = 75,84\%$ (afgerond).
- c Om tot de beroepsbevolking te horen moet je beroepsgeschikt zijn én willen werken én kunnen werken. Mensen die wel tussen 15 en 75 jaar zijn en geen baan zoeken (= niet ingeschreven staan als werkzoekend) of niet kunnen werken, omdat ze studeren of mindervalide zijn, horen niet tot de beroepsbevolking. Denk ook aan huismannen/huisvrouwen, mantelzorgers en ontmoedigden op de arbeidsmarkt.
- d De bevolking die jonger is dan 15 jaar en ouder dan 75 jaar is niet in de tabel opgenomen, omdat deze twee groepen niet beroepsgeschikt zijn.
- e Uit de tabel kun je afleiden dat de beroepsbevolking tussen 2014 en 2023 is gestegen (van 9,17 miljoen naar 10,14 miljoen) en dat tegelijkertijd de niet-beroepsbevolking is gedaald (van 3,49 miljoen naar 3,23 miljoen).

44

- a Een hogere netto participatiegraad kan leiden tot een hogere welvaart, omdat een grotere groep mensen dan werkt. Hierdoor kan er meer worden geproduceerd, waardoor de welvaart in een land kan stijgen.
- b Een hogere netto participatiegraad zorgt ervoor dat de overheid meer belasting ontvangt. Meer mensen werken en ontvangen een inkomen. Over dit inkomen betalen ze belasting, dus ontvangt de overheid meer belasting.

- c** De acceptatie van deeltijdarbeid heeft ervoor gezorgd dat de arbeidsparticipatie steeg, omdat tot die tijd veel vrouwen niet werkzoekend waren en wel tot de beroepsgeschikte bevolking hoorden. Een volle baan was voor die vrouwen geen optie. Ze boden zich niet aan op de arbeidsmarkt. Ze waren daarmee geen onderdeel van de beroepsbevolking, waardoor de bruto participatiegraad lager was. Na de acceptatie van deeltijdarbeid boden die vrouwen zich juist aan en groeide de beroepsbevolking. Daarmee steeg ook de netto participatiegraad.

45

- a** In de leeftijdsgroep 35 tot 45 jaar is de arbeidsparticipatie bij mannen het hoogst. Bij vrouwen is dat de leeftijdsgroep 25 tot 35 jaar.
- b** Een verklaring waarom de arbeidsparticipatie van vrouwen lager is dan die van mannen, kun je zoeken in het rollenpatroon dat (nog steeds) in onze samenleving telt. Er blijven meer vrouwen thuis voor de opvoeding van kinderen dan mannen.
- c** De relatief lage netto participatiegraad in de leeftijd 65 tot 75 wordt verklaard door het feit dat veel mannen en vrouwen dan met pensioen zijn. Ze werken dan niet meer.

46

- a** De werkgelegenheid bestaat uit het aantal banen dat bezet is en het aantal openstaande vacatures.
- b** Met een arbeidsjaar wordt een voltijdbaan op jaarbasis bedoeld.
- c** Door deeltijdwerk wordt de werkgelegenheid in personen hoger dan de werkgelegenheid in arbeidsjaren, omdat een voltijdbaan door twee (of misschien zelfs meer) personen (deeltijders) kan worden vervuld.
- d** Als iedereen voltijds werkt, is de werkgelegenheid in personen gelijk aan de werkgelegenheid in arbeidsjaren. Door deeltijdwerk stijgt de werkgelegenheid in personen. In de praktijk is er sprake van deeltijdbanen. Nooit zal iedereen voltijds werken.

47

- a** In 2020 brak de coronapandemie uit. Veel bedrijven zagen hun omzet dalen en ondanks overheidsmaatregelen verdwenen veel banen.
- b** Werkloosheid én gelijktijdig vacatures kunnen gelijktijdig bestaan. De werklozen voldoen niet aan de (specifieke) eisen die voor de vacatures gelden. Of werklozen hebben niet de opleiding of ervaring die in de vacature wordt gevraagd. Of ze wonen niet op de plek waar vacatures zijn (wonen in Zeeland en vacature in Friesland) en hebben geen bereidheid/mogelijkheid tot reizen of verhuizen.
- c** Van 2014 tot 2023 is de werkloosheid op een paar kwartalen na voortdurend afgenomen. Na een forse stijging in 2020 is de werkloosheid weer gedaald. Je ziet dat in de figuur aan het negatieve getal voor de ontwikkeling van het aantal werklozen: het aantal werklozen neemt dus af.

48

- a** Met arbeidsproductiviteit wordt de gemiddelde productie per arbeider per tijdseenheid (bijvoorbeeld jaar of maand) bedoeld.
- b** Als de arbeidsproductiviteit stijgt, is het effect dat de werkgelegenheid in arbeidsjaren onder druk komt. Gemiddeld produceren arbeiders meer, dus voor dezelfde productie heb je minder arbeiders nodig. De werkgelegenheid daalt dan.
- c** Een deeltijdfactor is de verhouding tussen het aantal uren per week dat iemand werkt en een voltijdbaan in uren per week. Voorbeeld: als een voltijdbaan 38 uur per week is en iemand heeft een deeltijdbaan van 28,5 uur per week, dan is de deeltijdfactor $= 28,5 \div 38 = 0,75$.
- d** Als de deeltijdfactor stijgt, zal het aantal banen in personen dalen. Er worden per persoon meer uren per week gewerkt en dan heb je minder personen nodig voor dezelfde productie.

49

Voorbeeld	Soort werkloosheid	Toelichting
Het Nederlandse bedrijf VDL Nedcar sluit de vestiging in Born. Er verdwijnen 4.000 banen.	Structurele werkloosheid (kwantitatief)	Oorzaak werkloosheid aan aanbodkant.
Het Duitse Siemens heeft last van een dalende vraag naar elektriciteitscentrales door de opkomst van windturbines. Als gevolg hiervan moeten er 500 banen verdwijnen bij het bedrijf.	Conjuncturele werkloosheid	Oorzaak werkloosheid aan vraagkant.
Ondanks verscheidene weken van mooi, warm weer kunnen strandtenthouders nog niet spreken van een geslaagd zomerseizoen. Door personeelstekorten lukt het maar niet geschikt personeel aan te trekken. Mensen hebben niet de juiste papieren. Strandtenten lopen hierdoor opbrengsten mis.	Structurele werkloosheid (kwalitatief)	Oorzaak werkloosheid aan aanbodkant: mensen hebben niet de goede opleiding.
Het arbeidscontract van werknemers in de landbouw wordt na het oogstseizoen niet verlengd.	Seizoenswerkloosheid	Na de oogsttijd is er veel minder werk.
Kiran heeft zijn opleiding afgerond en is op zoek naar een baan. Hij heeft zich ingeschreven bij verschillende uitzendbureaus, maar hij heeft nog geen geschikte baan gevonden.	Frictiewerkloosheid	Soms duurt het even voordat je een baan hebt gevonden na je opleiding.

50

- a** Arbeid is een heterogeen product, omdat werkgevers verschillende functies aanbieden en specifieke personen voor bepaalde functies zoeken. Je kunt niet zeggen dat alle werk gelijk is en dat maakt arbeid heterogeen.
- b** Als de arbeidsmarkt niet in evenwicht is, kan het volgende spelen:
 Als de vraag naar arbeid(ers) < aanbod van arbeid(ers), ontstaat er een aanbodoverschot, oftewel een ruime arbeidsmarkt. Het gevolg is werkloosheid.
 Als de vraag naar arbeid(ers) > aanbod van arbeid(ers), ontstaat er een vraagoverschot. Dit noem je ook wel een krappe arbeidsmarkt.
- c** Een bepaalde mate van werkloosheid is voor bedrijven gunstig om verschillende redenen:
 – omdat dan het aanbod van arbeid > vraag naar arbeid. Bedrijven kunnen voor het vervullen van een vacature kiezen uit meerdere werkzoekenden.
 – als de werkloosheid groot is, zullen werknemers minder eisen stellen bij hun aanstelling (zoals een looneis).
- d** Als er in een land te veel werkloosheid is, heeft dit een nadelig effect op de gehele economie. Werklozen krijgen (tijdelijk) een uitkering. De totale consumptie en bestedingen nemen af. Dat zullen bedrijven gaan merken in hun afzet en winsten. Als daardoor nog meer bedrijven in de problemen komen, zullen er nog meer ontslagen vallen.
 Of: doordat er werkloosheid is, krijgt de overheid minder belastingopbrengsten binnen. De overheid moet hierdoor mogelijk bezuinigen, wat slecht is voor de economie.

51

- a** Hiermee wordt bedoeld dat er in verhouding tot de werkloosheid veel vacatures zijn en dat het voor bedrijven moeilijk is om aan (geschikt) personeel te komen.
- b** In 2022 en 2023 is de spanning op de arbeidsmarkt hoog. Het aantal vacatures is groter dan het aantal werklozen. Het is voor werkgevers moeilijk om aan nieuw

- personeel te komen. De economie draait goed.
- c** In 2013 is de spanning het laagst. Er is een ruime arbeidsmarkt. Er zijn relatief weinig vacatures per 100 werklozen.
 - d** In die jaren was het verschil tussen de werkloosheid en openstaande vacatures groot. Er waren weinig banen voor een grote groep werklozen.

52

- a** Eigen antwoord afhankelijk van je leeftijd.
- b** De minimumlonen worden elk jaar aangepast, omdat je telkens een hoger percentage van het loon van een 21-jarige krijgt. Het minimumjeugdloon is steeds een afgeleide van het minimumloon dat je wettelijk krijgt vanaf 21 jaar.
- c** $€3,98 \div €13,27 \times 100\% = 30\%$, dus $100 - 30 = 70\%$ minder (afgerond).
- d** Een 16-jarige verdient minder dan een 18-jarige. Verondersteld wordt dat een 18-jarige sneller en verantwoordelijker kan werken en dus een hoger salaris waard is dan een 16-jarige. Dit komt tot uiting in de beloning.

53

- a** Een voordeel van het afsluiten van een cao voor de werkgever, is:
 - dat hij dan weet welk salaris hij op basis van de cao moet betalen. Hij mag meer betalen, maar moet dat niet;
 - dat er in de cao ook algemene zaken staan waar hij zijn personeel aan mag houden;
 - dat je niet met elke werknemer afzonderlijk alles hoeft uit te onderhandelen, een cao scheelt heel veel tijd.
- b** Een voordeel van het afsluiten van een cao voor de werknemer, is dat deze weet op welke primaire arbeidsvoorwaarden (bijvoorbeeld: loon, toeslagen en pensioenrechten) hij recht heeft.
- c** Een individuele arbeidsovereenkomst is een overeenkomst tussen één werknemer en één werkgever. Een collectieve arbeidsovereenkomst is een overeenkomst tussen één werkgever (of meer werkgevers in dezelfde sector) met vele werknemers tegelijkertijd.

54

- a** Bij een flexibel contract kan de werkgever makkelijker personeel ontslaan als er onvoldoende werk is.
- b** Voorbeelden van een voordeel:
 - Je wordt sneller aangenomen met een flexibel contract dan met een vast contract.
 - Een flexibel contract is vaak makkelijker te combineren met bijvoorbeeld een opleiding.Voorbeelden van een nadeel:
 - Meer onzekerheid of je over een bepaalde tijd nog wel werk hebt.
 - Je inkomen kan soms ook per maand verschillen, als je een oproepkracht bent of een nulurencontract hebt.
- c** In een krappe arbeidsmarkt is het moeilijker om aan nieuwe werknemers te komen dan in een ruime arbeidsmarkt. Werknemers zullen meer geneigd zijn om te solliciteren bij een bedrijf dat een vast contract aanbiedt dan bij bedrijven die een flexibel contract aanbieden. Werknemers die al bij een bedrijf werken, zullen minder snel van werkgever wisselen als ze een vast contract hebben.

Integratieopdrachten

55

- a** Naast de werklozen zijn alleen de banen van werknemers opgenomen. Het aanbod zelfstandigen staat niet in de figuur.
- b** Alleen de banen staan in de grafiek, de vacatures niet. De vacatures horen ook bij de

- vraag op de arbeidsmarkt.
- c** Het aantal banen in de periode 2019-2023 is toegenomen van ongeveer 8,3 miljoen naar ongeveer 9 miljoen. Dat is een procentuele verandering van $(9 \text{ miljoen} - 8,3 \text{ miljoen}) \div 8,3 \text{ miljoen} \times 100\% = 8,4\%$ (stijging).
 - d** De werkloosheid is in de periode 2013-2023 afgenomen met ongeveer: $750.000 - 375.000 = 375.000$ personen (afleesverschillen mogelijk).
 - e** Het aantal banen van werknemers lijkt na de periode 1-7-2020 weer te stijgen. Het aantal werklozen lijkt in 2021 te dalen en te stabiliseren in 2022 en 2023. Deze lijnen zijn dus met elkaar in overeenstemming: het aantal banen groeit en het aantal werklozen daalt.

56

- a** Door de coronapandemie moesten veel bedrijven noodgedwongen hun zaak sluiten, omdat de overheid dat bepaalde. De gedachte hierachter was dat dit een tijdelijke maatregel zou zijn om het aantal coronabesmettingen omlaag te brengen. Je kunt de werkloosheid dan het best vergelijken met conjuncturele werkloosheid, omdat het een tijdelijke vorm van werkloosheid is doordat consumenten minder kopen. Je zou ook frictiewerkloosheid kunnen beargumenteren, omdat het werkloosheid is die tussen twee situaties tijdelijk is ontstaan.
- b** Topmanagers dragen veel verantwoordelijkheid en zijn moeilijk te vinden. Doordat zij veel kennis en kunde hebben, kunnen zij ook een hoger salaris vragen. Als een ander bedrijf de topmanager wil binnenhalen, zal het bedrijf een hoger salaris moeten bieden. Dit tegen elkaar opbieden zorgt ervoor dat het salaris hoger wordt, en dat duurt net zo lang totdat bedrijven niet meer bereid zijn dat te betalen. Dat blijven ze voorsnog wel, omdat topmanagers niet makkelijk te vinden zijn.
- c** Als het beleid van een topmanager leidt tot goede resultaten, kun je zeggen dat het economisch verantwoord is veel te betalen. Een andere vraag is natuurlijk of het goede resultaat aan het beleid van die ene topmanager te danken is of dat het een teamprestatie is. In dat laatste geval moeten veel meer mensen extra beloond worden. Als de overheid salarissen van topmanagers gaat beperken, kunnen bedrijven uit Nederland weggaan. Dit is ongunstig voor de Nederlandse economie. Als de overheid de salarissen niet beperkt, kan dit een aantrekkende werking hebben op bedrijven die in andere landen wel beperkt worden.

Herhalingsopdrachten

1

- a** Het verschil tussen de beroepsbevolking en de beroepsgeschikte bevolking is de niet-beroepsbevolking. Dit zijn mensen die niet kunnen of willen werken, of tijdelijk niet op zoek zijn naar werk.
- b** Mensen die tot de niet-beroepsbevolking horen zijn bijvoorbeeld: arbeidsongeschikten, studenten, huismannen en huisvrouwen, mensen die niet meer willen werken.

2

- a** De beroepsbevolking bestaat uit iedereen tussen 15 en 75 jaar die werkt of werk zoekt.
- b** Langer doorwerken zorgt ervoor dat er nu personeel is dat vroeger al met pensioen zou zijn geweest. Je krijgt relatief meer werkende ouderen en dat leidt tot een vergrijzing van het personeelsbestand.
- c** De bruto participatiegraad neemt toe als mensen langer doorwerken. Mensen zijn langer actief en participeren dus langer. De beroepsbevolking neemt door langer werken toe.
- d** Een vergrijzing van het personeelsbestand kan gunstig en ongunstig zijn voor werkgevers.
Gunstig: oudere werknemers zijn ervaren en kunnen mensen binnen het bedrijf

opleiden.

Ongunstig: oudere werknemers zijn duurder (hoger salaris), mogelijk meer uitval door ziekte.

- e** Voorbeelden van andere oorzaken voor een toename van de beroepsbevolking: bevolkingsgroei, het aanscherpen van keuringseisen voor mindervaliden, het afschaffen of inkorten van de leerplicht, het aanmoedigen van werken tijdens je studietijd, als meer huismannen/-vrouwen ervoor kiezen te gaan werken, als er minder mantelzorgers nodig zijn.

3

- a** Vacatures worden ook tot de werkgelegenheid gerekend, omdat het om vraag op de arbeidsmarkt gaat. Het zijn nog niet ingevulde banen. De werkgelegenheid is er, maar is nog niet opgevuld.
- b** Totale werkgelegenheid = aantal banen + zelfstandigen + vacatures
 $= 8.225.000 + 2.285.000 + 200.000 = 10.710.000$.
- c** Werkgelegenheid eerste kwartaal = $10.710.000 - 12.000 + 26.000 + 334.000 = 11.058.000$.
Daling is $11.058.000 - 10.710.000 = 348.000$. Dit is $348.000 \div 11.058.000 \times 100\% = 3,1\%$.
- d** In vraag *b* en *c* gaat het om de werkgelegenheid in personen. Het gaat hier over het aantal banen van mensen in loondienst. Het aantal vacatures betreft ook de vacatures waarvoor een deeltijder gevraagd wordt.

4

- a** Berekening van het aantal werklozen: ingaande pijlen verhogen het aantal werklozen en uitgaande pijlen verlagen het aantal werklozen.
In: $89.000 + 186.000 = 275.000$
Uit: $132.000 + 175.000 = 307.000$ –
Saldo -32.000
De werkloosheid daalt dus met 32.000 personen.
- b** Een voorbeeld van iemand die bij de stroom van 184.000 aan de linkerkant van de figuur hoort, is iemand die met pensioen gaat, iemand die mantelzorg gaat doen of iemand die arbeidsongeschikt wordt verklaard.
- c** Een aantrekkende economie heeft een stimuleringseffect en zorgt ervoor dat meer mensen op zoek gaan naar werk en instromen op de arbeidsmarkt. De kans dat je een baan vindt is namelijk toegenomen. Mensen die weinig kans zien op een baan schrijven zich vaak ook niet in als werkzoekend. Als de economie aantrekt, melden ze zich op de arbeidsmarkt, waardoor de beroepsbevolking toeneemt.
- d** Deze mensen horen bij de stroom 'gaan op zoek naar werk' (in het schema: 186.000).

5

- a** Bedrijfstak-cao's en ondernemings-cao's.
- b** Niet alle beroepsgroepen of bedrijven hebben een cao. Sommige werknemers, vaak de werknemers met een hogere opleiding, regelen zelf met hun werkgever de arbeidsvoorwaarden.
- c** Een cao is vaak een bescherming voor de werknemers, omdat een werkgever zich minimaal aan deze afspraken moet houden. Bijvoorbeeld minder loon of minder vakantie geven kan niet.

Verrijkingsopdracht

1

- a** Eigen antwoord.
- b** Eigen antwoord.
- c** De arbeidsmarkt is een markt met een heterogeen product, omdat iedere baan

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

anders is en andere vereisten heeft (bijvoorbeeld een diploma of opleiding). Omdat er zoveel verschillende beroepen zijn met zoveel verschillende eisen, die ook nog eens steeds veranderen, is de arbeidsmarkt erg ondoorzichtig. Het is bijvoorbeeld niet altijd duidelijk waarom je bij de ene baan meer verdient dan bij andere banen. Vaak blijkt pas als je de baan al hebt wat de werkzaamheden echt inhouden.

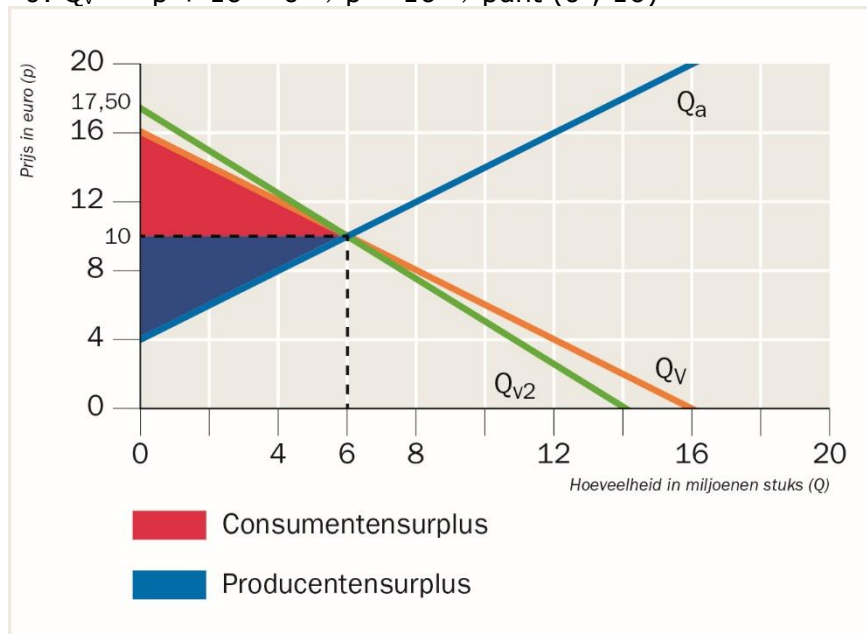
Extra rekenen

1

- a** $Q_a = Q_v \Rightarrow p - 4 = -p + 16 \Rightarrow 2p = 20 \Rightarrow p = 20 \div 2 = \text{€ } 10$
 $p = 10: Q_a = p - 4 = 10 - 4 = 6$ (× miljoen) = 6 miljoen T-shirts.
 $p = 10: Q_v = -p + 16 = -10 + 16 = 6$ (× miljoen) = 6 miljoen T-shirts.
 De marktomzet bij de evenwichtsprijs = $\text{€ } 10 \times 6.000.000 = \text{€ } 60.000.000$.
- b** Door evenwichtspunt gaan beide lijnen: punt (6 ; 10). Voor het tekenen van elke lijn nog één punt nodig.

$$Q_a = 0: Q_a = p - 4 = 0 \Rightarrow p = 4 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 4)$$

$$Q_v = 0: Q_v = -p + 16 = 0 \Rightarrow p = 16 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 16)$$

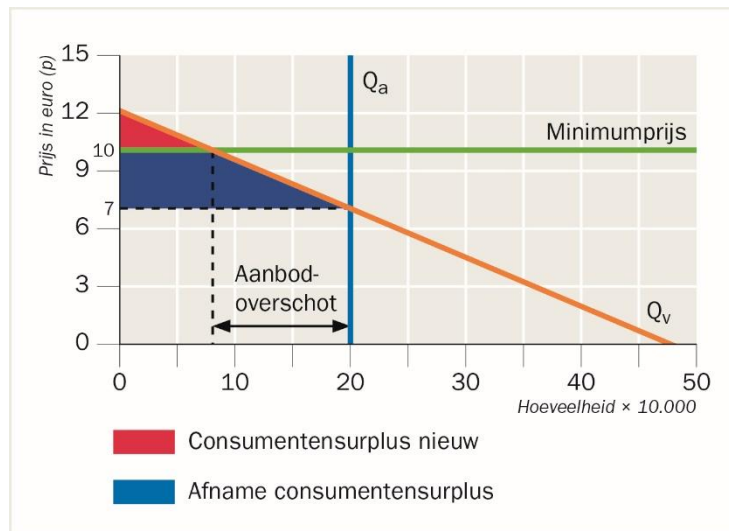


- c** $Q_a = Q_v \Rightarrow p - 4 = -0,8p + 14 \Rightarrow 1,8p = 18 \Rightarrow p = 18 \div 1,8 = \text{€ } 10$
 $p = 10: Q_a = p - 4 = 10 - 4 = 6$ miljoen T-shirts.
 $p = 10: Q_v = -0,8p + 14 = -0,8 \times 10 + 14 = 6$ miljoen T-shirts.
 Snijpunt: punt (6 ; 10).
 $Q_v = 0: Q_v = -0,8p + 14 = 0 \Rightarrow p = 14 \div 0,8 = 17,5 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 17,5)$
 Zie tekening.
- d** De verandering van de voorkeuren van consument zorgt ervoor dat het consumentensurplus groter wordt. De betalingsbereidheid stijgt van € 16 naar € 17,50. Het producentensurplus verandert niet.

2

- a** $Q_a = Q_v \Rightarrow 20 = -4p + 48 \Rightarrow 4p = 28 \Rightarrow p = 7$ eurocent.
 $p = 7: Q_a = 20$ (× 10.000) = 200.000 kilogram per week
 $p = 7: Q_v = -4p + 48 = -4 \times 7 + 48 = 200.000$ kilogram per week.
 Door het evenwichtspunt gaan beide lijnen: punt (20 ; 7). Voor het tekenen van elke lijn nog één punt nodig.
 $Q_a = 20$ is een verticale lijn bij 20 (= 200.000 kilogram).
 $Q_v = 0: Q_v = -4p + 48 = 0 \Rightarrow p = 48 \div 4 = 12 \Rightarrow \text{punt } (0 ; 12)$

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.



b Zie tekening.

c De gevolgen van de minimumprijs zijn dat het consumentensurplus kleiner wordt. het oude consumentensurplus was het rode + blauwe vlak. Nu alleen nog het rode vlak. De afname van het consumentensurplus is dus het blauwe vlak.

3

a Werkgelegenheid jaar 1 = banen jaar 1 + vacatures jaar 1 = 9.855.000 + 779.000 = 10.634.000

b Werkgelegenheid jaar 2 = banen jaar 2 + vacatures jaar 2 = 9.942.000 + 848.000 = 10.790.000

c Procentuele stijging van de werkgelegenheid = $\frac{\text{nieuw} - \text{oud}}{\text{oud}} \times 100\%$
 $= \frac{10.790.000 - 10.634.000}{10.634.000} \times 100\% = 1,47\%$

d Procentuele stijging van de beroepsbevolking = $\frac{\text{nieuw} - \text{oud}}{\text{oud}} \times 100\%$
 $= \frac{8.986.000 - 8.925.000}{8.925.000} \times 100\% = 0,68\%$

Examentraining

Uit: havo eindexamen, 2019, 2e tijdvak, opgave 1, vraag 1 - 5

1 *maximumscore 2*

Een voorbeeld van een juiste uitleg is:

- Productie van vlees (veroorzaakt CO₂-uitstoot en dat) is nadelig voor gezondheid en milieu (en dat is negatief) (1p).
- De kosten van deze schade zijn niet verrekend in de prijs van vlees (maar komen ten laste van de samenleving en maatschappelijke kosten zijn extern) (1p).

2 *maximumscore 1*

homogeen goed

Een voorbeeld van een juiste toelichting is:

Consumenten letten bij de aanschaf van vlees alleen op de prijs (en dus niet op de heterogene aspecten van vlees).

3 *maximumscore 2*

Een voorbeeld van een juiste uitleg is:

Door de invoering van de vleestaks komt er een heffing van € 0,50 op elke kilogram vlees. Elke kilogram wordt 50 cent duurder om aan te bieden.

Alle katernen en antwoordenboekjes goed BEWAREN totdat je geslaagd bent.

4 *maximumscore 2*

Een voorbeeld van een juiste berekening is:

TO = $4,25 \times 3.500.000 =$	€ 14.875.000
TK = $2,5 \times 3.500.000 + 2.250.000 =$	<u>€ 11.000.000 –</u>
TW vleestaks	€ 3.875.000
 TW uitgangssituatie	 € 5.750.000
TW vleestaks	<u>€ 3.875.000 –</u>
Afname winst	€ 1.875.000

5 *maximumscore 1*

Een voorbeeld van een juiste berekening is:

$$€ 0,50 \times 3.500.000 = € 1.750.000$$

Uit: havo eindexamen, 2014, 2e tijdvak, opgave 1, vraag 2 en 3

2 *maximumscore 1*

C

3 *maximumscore 2*

Een voorbeeld van een juist berekening is:

- normale weekomzet: $800.000 \times € 1 = € 800.000 \rightarrow 2,5\%$ in het fonds = € 20.000 (per normale week) (1p).
- $€ 80.000 / € 20.000 = 4$. Er zijn 4 normale weken nodig om te zorgen dat er voldoende geld in het fonds zit om de opkoop in week 2 te financieren (1p).

Uit: havo eindexamen, 2023, 2^e tijdvak, opgave 2, vraag 10 en 11

10 *maximumscore 3*

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

- Evenwichtsprijs vóór invoering vliegtaks: $-P + 480 = 2P - 105 \Rightarrow 3P = 585P \Rightarrow P = € 195$ (1p)
- Evenwichtsprijs na invoering vliegtaks: $-P + 480 = 2P - 120 \Rightarrow 3P = 600P \Rightarrow P = € 200$ (1p)
- De luchtvaartmaatschappij neemt $7,50 - (€ 200 - € 195) = € 2,50$ van de € 7,50 vliegtaks voor eigen rekening, dat is $2,50 \div 7,50 \times 100\% = 33,3\%$ / 33% (1p).

11 *maximumscore 1*

Een voorbeeld van een juist antwoord is:

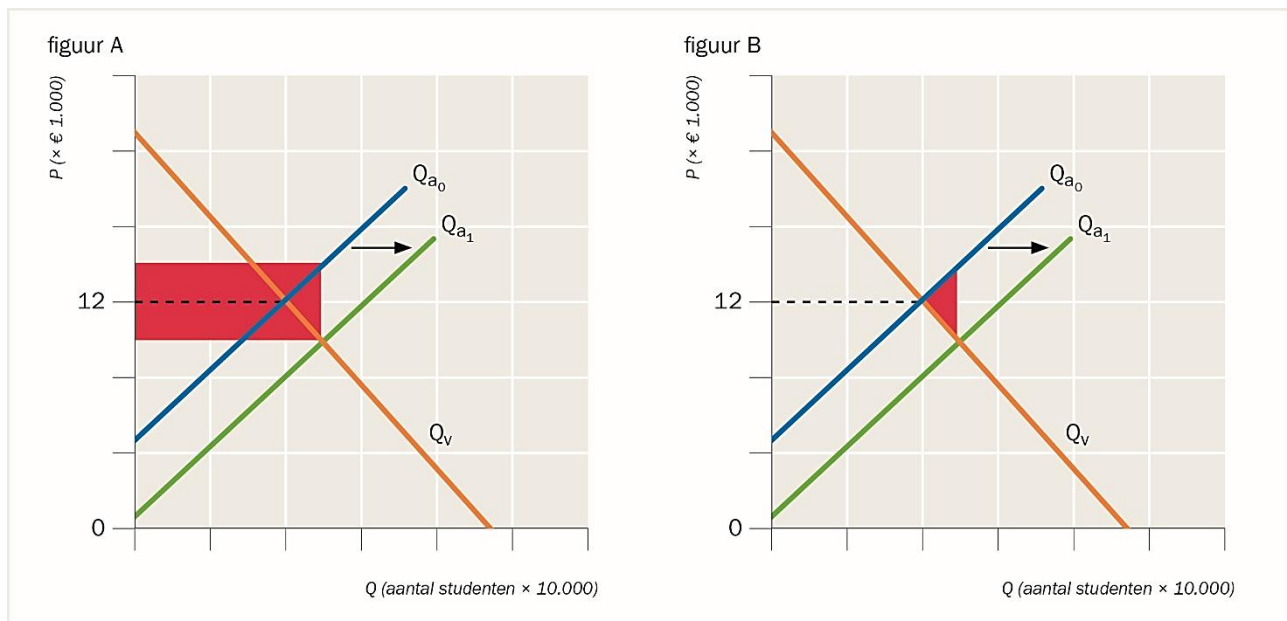
- Bij een prijs van € 200 worden $Q_v = (-200 + 480) \times 10.000 = 2.800.000$ vliegtickets verkocht.
- of: $Q_a = 2 \times 200 - 120 = 280 \times 10.000 = 2.800.000$ vliegtickets verkocht (1p).
- De belastingopbrengst is $€ 7,50 \times 2.800.000 = € 21$ miljoen (1p).

Uit; vwo eindexamen, 2023, 2^e tijdvak, opgave 2, vraag 9-10

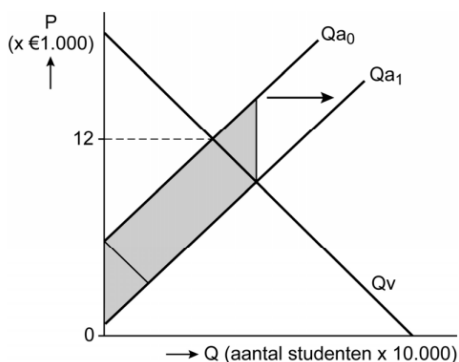
9 *maximumscore 2*

Een voorbeeld van een juiste arcering is:

- Het juist arceren van de subsidie (figuur A) (1p).
- Het juist arceren van het surplus verlies (figuur B) (1p).



of voor de eerste deelscore, figuur A:



10 maximumscore 2

Voorbeelden van een juist antwoord zijn:

- Doordat meer studenten hoger onderwijs genieten, stijgt de productiviteit / worden betere goederen en diensten ontwikkeld (1p).
 - Deze opbrengsten zijn niet in de prijs van onderwijs inbegrepen / zijn niet voor de student zelf, maar komen ten goede van de maatschappij (en dus stijgt de maatschappelijke brede welvaart) (1p).
- Of:
- Een hogere opleiding kan leiden tot meer inzichten in het verbeteren van het milieu / de eigen gezondheid, zodat milieuvervuiling vermindert / zorgkosten dalen (1p).
 - Deze opbrengsten zijn niet in de prijs van onderwijs inbegrepen / zijn niet voor de student zelf, maar komen ten goede aan de maatschappij (en dus stijgt de maatschappelijke brede welvaart) (1p).